Tabela de Conteúdo

Dúvidas? Favor entrar em contato com a Comunicação de Marcas na: BDBrandLAG@bdkc.com

PADRÕES DA MARCA BLACK & DECKER
Tabela de Conteúdo

Dúvidas? Favor entrar em contato com a Comunicação de Marcas na: BDBrandLAG@bdkc.com

BLACK&DECKER®

Soluções Inovadoras





















É imprescindível que esta filosofia seja seguida quando forem criados todos os materiais de marketing. A continuidade da força e impacto da marca BLACK&DECKER depende do compromisso de adesão consistente de todos os envolvidos com estes padrões. Assim como todos os padrões, este é um documento dinâmico, então é necessário acessar constantemente o site para ver as versões mais atuais deste documento. Sempre use o CD de padrões de embalagens de produtos de consumidores para todas as matrizes, junto com a arte-final definida no livro de padrões.

Se você desejar pedir um CD de padrões ou se tiver questões sobre o uso da arte-final, por favor entre em contato com o pessoal da área gerencial de arte da marca BLACK&DECKER.

Se você tiver alguma pergunta em relação ao uso da arte-final descrita aqui, por favor, entre em contato com a Brand Communications na Bdkbrand@bdk.com.

BLACK&DECKER®
Soluções Inovadoras

CONFIANÇA

INOVAÇÃO

PERFORMANCE & POTÊNCIA

BLACK&DECKER é a marca que dá ao **consumidor**
a capacidade e facilidade de **obter sempre ótimos resultados,**
porque o nome BLACK&DECKER **é o único com o qual você pode contar para lhe oferecer produtos inteligentes para sua casa, com a potência e performance certa para cada tarefa.**

O que a BLACK&DECKER faz para mim?

Como é que eu descrevo os produtos Black & Decker?

RACIONAL

Torna a Vida mais Fácil

Me dá autonomia

Oferece soluções

Melhora a Qualidade de Vida

Rendimento e força na medida certa

Desenho inteligente

Eficaz (dá conta do recado)

Confiável e durável

BLACK&DECKER®

Soluções Inovadoras

Laranja

Hexágono Laranja

Preto

Logotipo

FUNDAMENTAL

Capacitar as pessoas com Soluções Inteligentes para o Dia-a-Dia

Criterioso

Esforçado

Inspirador

Confiável

Inovador

Acessível

Seguro (a)

Auto-confiante

Esperto(a) "Atual"

Criterioso (a), de bom gosto

Auto-suficiente

Confiante

Capaz

EMOCIONAL

Como é que a Black & Decker me faz sentir?

Como sou visto usando um produto Black & Decker?

Marca Principal



Submarca



Marca Endossada



Marca Independente



A BLACK&DECKER determina como os produtos da linha hobby são marcados, baseada em uma variedade de fatores:

- público-alvo
- padronização e reconhecimento da marca
- motivos de compras
- proteção estratégica da marca principal
- potencial de mercado
- diferencial de varejo

Existem quatro estratégias de marca, sob as quais todos os produtos BLACK&DECKER são classificados e estão demonstradas aqui.

Marcas Endossadas e Marcas Independentes não seguem os padrões de uso da marca BLACK&DECKER.

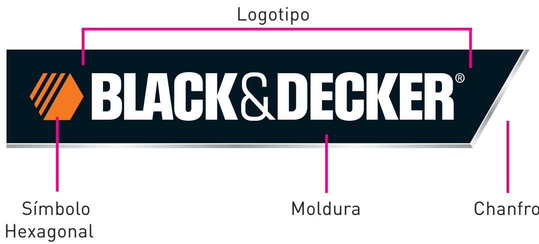
Estratégias de varejo podem ditar variações, assim como outros fatores, portanto, a direção da BLACK&DECKER deverá aprovar a marca para todos os produtos.

*Uma nova submarca, marca endossada ou marca independente não podem ser vendidas sob a marca principal ou uma submarca existente, e a criação de uma nova submarca deve ser analizada como benéfica para a estratégia de marketing da BLACK&DECKER.

Submarcas devem ser criadas em colaboração com as comunicações de marcas, que utilizam demografias, diferencial de varejo e o tamanho do comércio, entre outros fatores, para determinar as necessidades para submarcas adicionais.

Para assistência sobre como determinar a estratégia correta de marca, entre em contato com a equipe de comunicação da marca da BLACK&DECKER Bdkbrand@bdk.com.

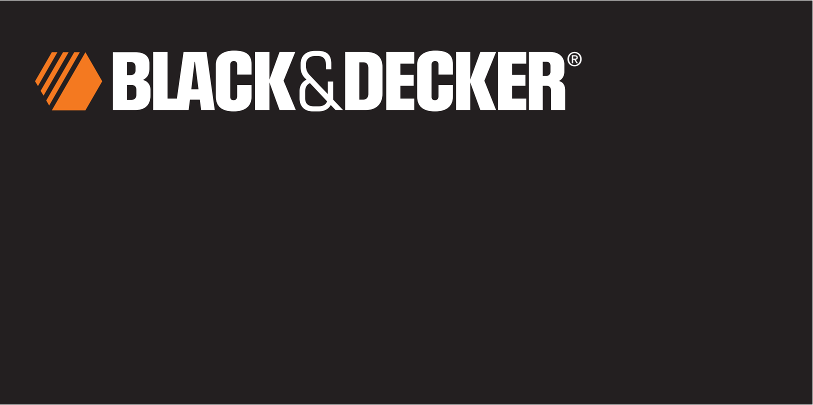
Assinatura de produtos de consumidor (horizontal)



Assinatura de produtos de consumidor (um sobre o outro)



Assinatura alternativa com um plano de fundo preto



Por ser uma marca registrada, o identificador deve ser usado de acordo com as seguintes regras:

O Registro Federal significa que o "®" deve ser usado em todos os produtos, embalagens e propaganda específica de produto. Para uma eficácia maior, o campo de cor que envolve o logo BLACK&DECKER deve ter sempre as mesmas proporções. Isso evita que qualquer outro gráfico comprometa a força ou visibilidade. Estes quesitos mínimos nunca devem ser transgredidos, sob nenhuma circunstância. (O logo deve sempre estar em um ambiente preto com tipos brancos contrastantes e PMS 172C Hex.)

A assinatura de produtos da linha hobby BLACK&DECKER é o símbolo gráfico da marca, representando os produtos inovadores e de alta qualidade associados à Black&Decker mundialmente.
A assinatura consiste de quatro elementos - o símbolo hexagonal, logotipo, moldura e chanfro - todos os quais devem estar em posição compatível um com o outro.

Estes padrões foram criados para explicar o uso correto da assinatura BLACK&DECKER.

A assinatura em linha é sempre preferida.
A assinatura uma sobre a outra deve ser apenas usada quando a assinatura em horizontal ficar muito pequena.

A assinatura alternativa é apenas para ser usada sobre um plano de fundo que é preto. Rótulos de produto ou apresentações no PowerPoint com plano de fundo preto são bons exemplos de assinatura alternativa.

A moldura (com fundo chapado) é usada para garantir que a BLACK &DECKER esteja sempre ancorada em um campo preto. No entanto, a moldura não é necessária se o logo estiver colocado em um fundo preto.

A assinatura é uma arte-final exclusiva e nunca deve ser datilografada ou recriada. Use apenas a arte-final eletrônica que acompanha estes padrões.

Assinatura de produtos de consumidor com linha final



Soluções Inovadoras

A assinatura com linha final BLACK&DECKER em produtos da linha hobby passa a experiência da marca BLACK&DECKER. A assinatura com linha final deve ser usada para material de comunicação. A linha final não é usada em embalagens ou em gráficos de produtos. O uso ideal deve ser em propaganda impressa, outdoors, materiais de ponto de venda e apresentações eletrônicas.

Assinatura alternativa com linha final



A assinatura alternativa pode ser usada com a linha final com o fundo preto como mostramos aqui.

Espaço da Linha Final
O espaço logo abaixo do logo BLACK&DECKER é reservado exclusivamente para a linha final Black&Decker. Nenhuma outra escrita deve aparecer junto com o logo.

Controle de fundo



Soluções Inovadoras



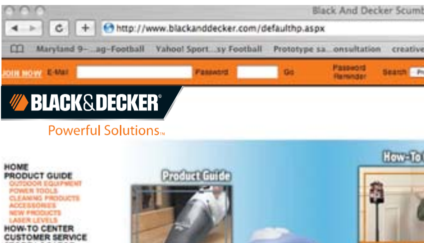
Soluções Inovadoras

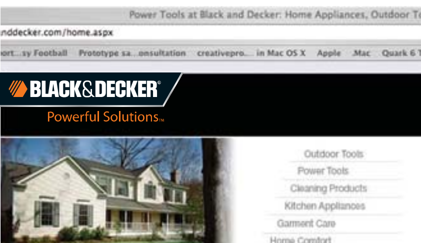


Soluções Inovadoras



Soluções Inovadoras



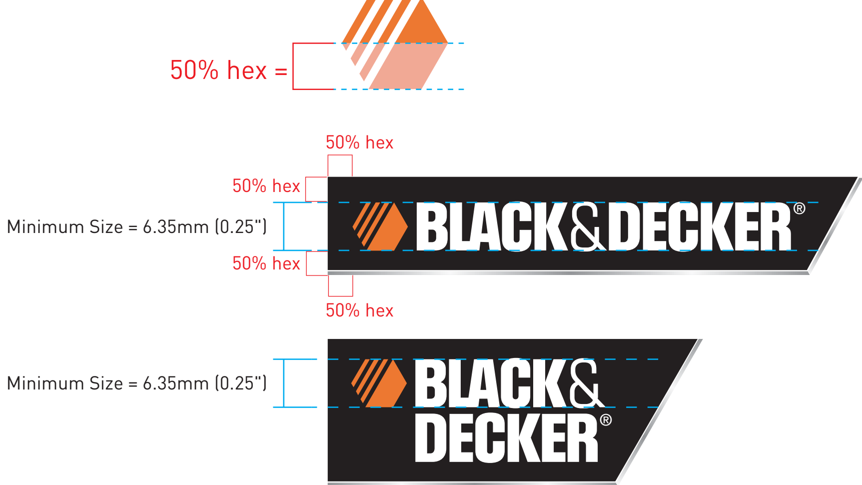


Fundos brancos ou pretos são preferíveis quando usar a linha final. A linha final deve sempre aparecer em laranja, branco, cinza ou preto. A variação da cor da linha final depende da cor de fundo.

Sobre imagens fotográficas, use a linha final laranja ou branca, se possível. O uso da linha final branca sobre imagens escuras é preferível.

A assinatura é uma arte-final exclusiva e nunca deve ser datilografada ou recriada. Use apenas a arte-final eletrônica que acompanha estes padrões.

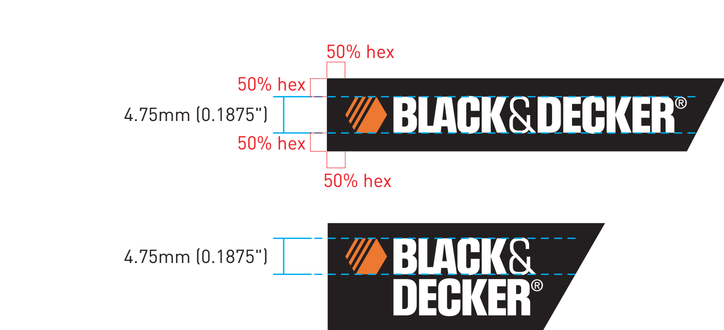
Assinatura principal



Para proteger sua integridade, legibilidade e impacto, a assinatura preferencial da BLACK&DECKER deve ser reproduzida em tamanhos de no mínimo 6,35 mm (1/4") de altura, medindo pela altura do símbolo hexagonal na assinatura.

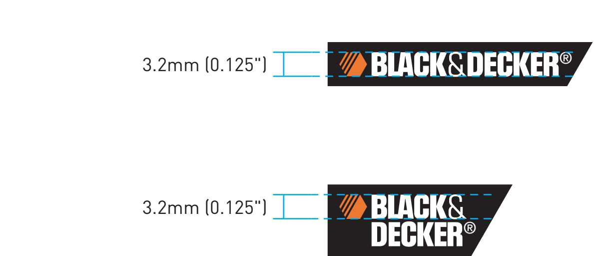
O tamanho mínimo para o logo alternativo permanece o mesmo, medido pela altura do símbolo hexagonal.

Tamanho máximo



Foi criada uma assinatura para uso em espaços pequenos. O chanfro foi removido e a marca registrada ajustada no tamanho para as tolerâncias mínimas de impressão aceitáveis.

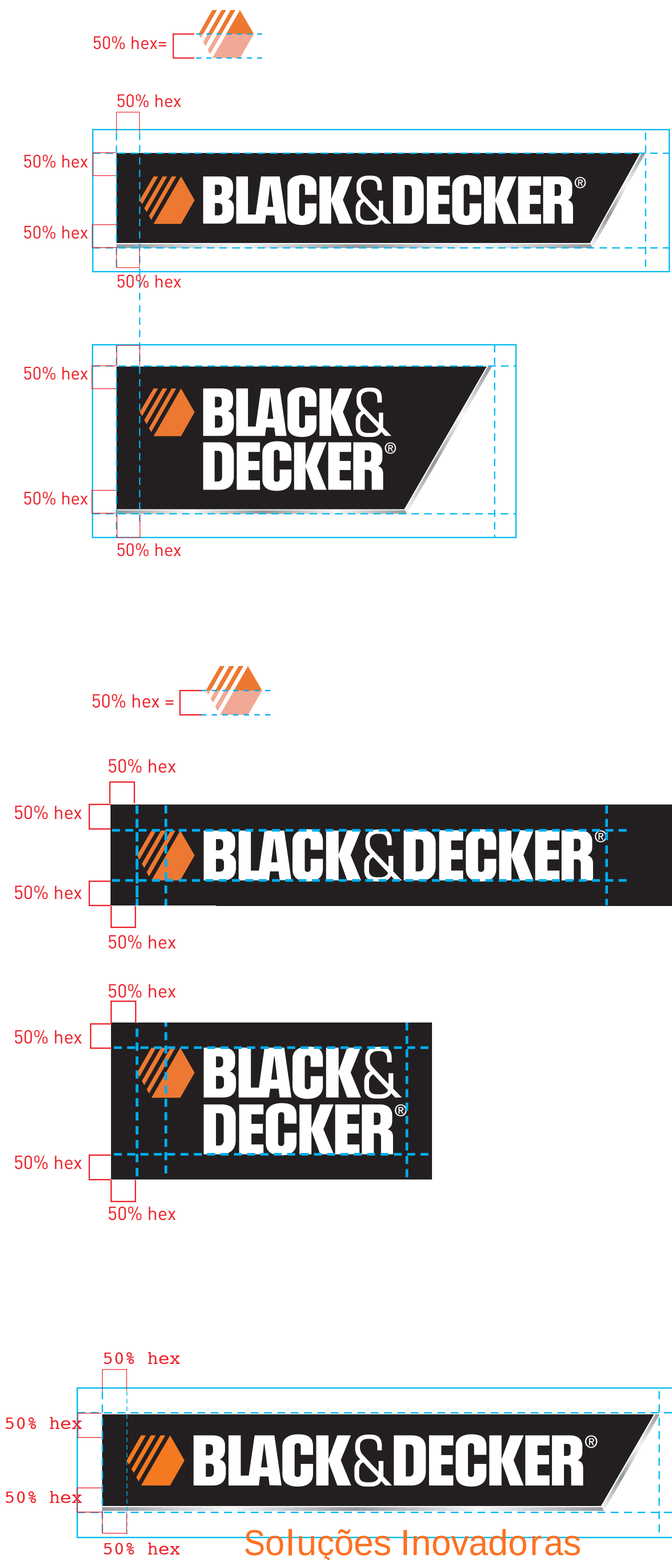
Tamanho mínimo





O símbolo da marca registrada deve estar sempre legível e nunca ser menor do que 6 pt.

A moldura (com fundo chapado) é usada para garantir que a BLACK&DECKER esteja sempre ancorada em um campo preto. No entanto, a moldura não é necessária se o logo estiver colocado em um fundo preto.



A assinatura BLACK&DECKER deve estar sempre distante dos gráficos vizinhos, assim como outros elementos do projeto; portanto, um espaço mínimo reservado deve ser mantido para preservar a integridade do logo.

O espaço reservado cerca toda a assinatura e mede a metade da largura do símbolo hex.

Certas aplicações, tais como em embalagem, podem eventualmente ser exceção à regra de espaço reservado, com a aprovação prévia da Equipe de Comunicação de Marcas BDbrand@bdk.com by BdbrandLAG@bdk.com

Assinatura Preferencial com todas as Cores



Assinatura Cor Única - Preta



Assinatura Preferencial com todas as Cores com a Linha Final



Assinatura Cor Única com Linha Final



Soluções Inovadoras

Assinatura Cor Única – Escala de Cinza

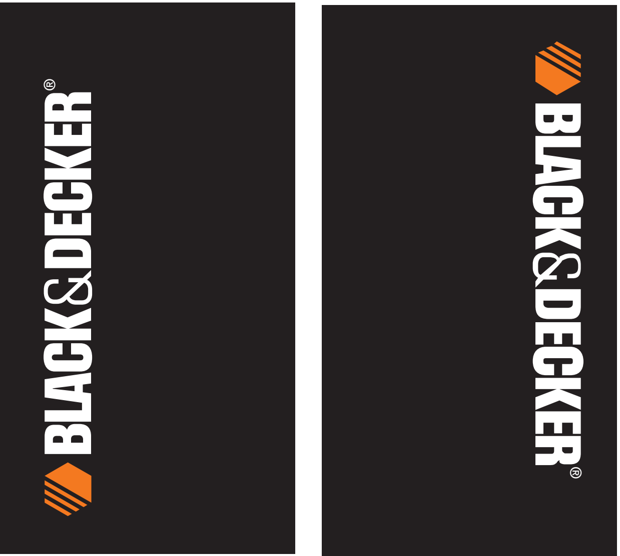


Soluções Inovadoras

Exceção de Uso do Logo



Um formato vertical do logo não é desejável, no entanto, devido à embalagem, restrições de produto ou merchandising, este logo é aceito. Usa-se então o logo horizontal, posicionado de modo que o símbolo hexagonal esteja no topo.



O logo de assinatura da BLACK&DECKER foi criado em uma variedade de formatos para facilitar uma ampla gama de impressões. Use a assinatura preferencial sempre que possível. Para conhecer as variações de assinaturas, veja o diretório de arquivos. A assinatura em escala de cinza deve ser usada somente em reproduções (fotocópia) de fotos em cor.

Todas as opções de assinaturas estão disponíveis com e sem a moldura e a linha final.

As assinaturas mostradas nesta instrução são as únicas variações aceitas do logo Black & Decker.

A assinatura corporativa da BLACK&DECKER deve ser protegida de uso errôneo. Mostramos aqui alguns erros comuns que devem ser evitados. Use somente a assinatura de arte-final fornecida com estes padrões ou localizada no site de gerenciamento de ativos de dados.



NÃO reduza o símbolo hexagonal e o logo dentro da moldura.



NÃO mude a cor do símbolo hexagonal e do logotipo.



NÃO coloque a linha final acima da assinatura.



NÃO mude a cor de nenhum elemento da assinatura.


NÃO use o símbolo hexagonal sem o logotipo (papéis impressos são a única exceção a esta regra).



NÃO use logo antigo



NÃO use logo antigo



NÃO condense ou estique a assinatura.



NÃO inverta a cor da assinatura.



NÃO altere a fonte do logotipo.



NÃO altere a fonte da linha final.



NÃO rearrange os elementos da assinatura.



NÃO use o logo sem a moldura contra qualquer cor que não seja preta.



NÃO acrescente tipo ao logo.

A assinatura BLACK&DECKER é extremamente versátil. Ela fica evidente em quase todos os fundos. A assinatura pode ser colocada sobre qualquer cor, porém, branca, laranja BLACK&DECKER, cinza, preta ou cores claras neutras são preferíveis.

Sobre imagens fotográficas, é importante assegurar que o logo esteja em uma área que permita o espaço livre necessário. Isto é particularmente importante quando a linha final é usada, como no exemplo aqui.

Cinza BLACK&DECKER



Neutro Claro



Fotografia em área imóvel



Preta



Ou



Laranja

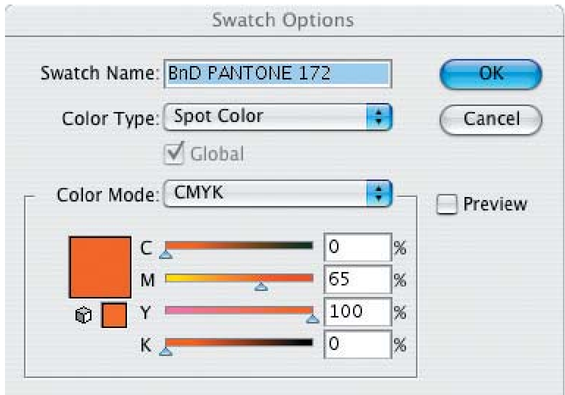


Nomeando Arquivos



(ROC_BW1.jpg)

Cores PMS - B&D



Nomeando Arquivos

- Nomeie o arquivo com base nas palavras ou símbolos no gráfico e mantenha-o o menor possível.
- Acrescente uma marca_ e "C" para cor ou "PB" para versões preto e branco.
- Acrescente um número de versão após o C e/ou PB
- se o logotipo B&D estiver presente 1 deve representar "horizontal" e 2 'sobreposto"
- ex: VersaPak_C1.eps, Mouse_C2.eps, Mouse_B1.jpg, Mouse_B2.jpg

O Laranja Black & Decker deve estar representado como uma cor de "ponto". Assim, qualquer gráfico ou texto que deve ser impresso como cor "ponto", deve ser criado como vetor. NÃO DEVE SER ACEITO um processo CMYK mapeado a bit feito do Photoshop.

Formato .eps (Mac)

Use um programa de soft baseado num vetor, assim como Adobe Illustrator. Projete para trabalhar por aplicações 48"– 2" (linha de escala com peso proporcional fazendo com que o logotipo mantenha sua integridade). Evite colocar os gráficos do Adobe Photoshop em um logotipo. Isto torna o dimensionamento e reprodução muito difícil, impossível em alguns casos. Se o logotipo requer um gráfico posto no Photoshop, ele deve estar colocado a 100%:

- Redimensione no Photoshop e ponha em 100% no Illustrator – não diminua no Illustrator
- Faça sempre um "link" com o gráfico Photoshop fornecido. Não os implante
- Os gráficos transferidos do Photoshop requerem um caminho de recorte criado manualmente, eliminando os pontos extremos da âncora gerado pelo traço automático.

.Formato eps (PC)

- Forneça uma segunda versão EPS com o tipo convertido para esboço (outline)
- Salve como arquivo Adobe Illustrator EPS:
- Compatibilidade: 6.0
- Preview: 8-bit IBM PC
- Adicione formato .jpg .eps extensão PC

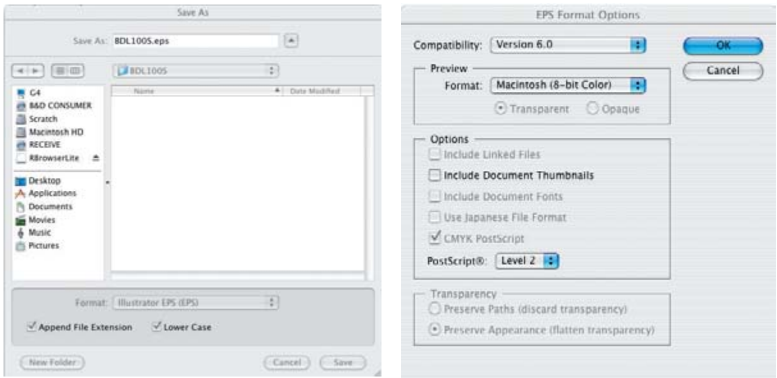
Formato .jpg (PC)

- Exporte o arquivo do Illustrator EPS como um arquivo Photoshop. (nomeie o arquivo como .psd para facilitar a identificação)

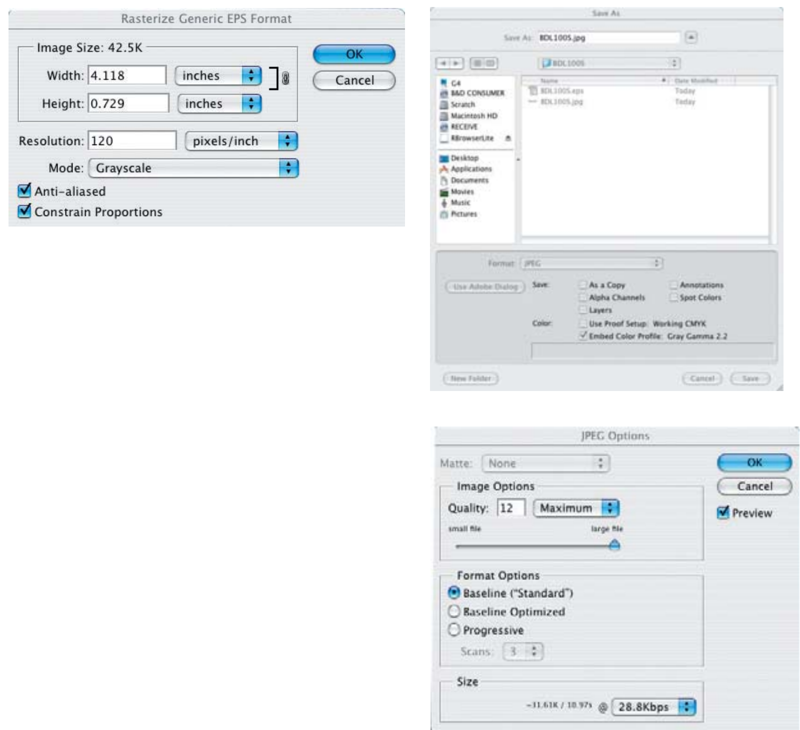
NOTA: se o arquivo do Illustrator tem um gráfico "colocado" inserido antes De exportar (salvar não é necessário) Os gráficos Inseridos devem ser binários para exportar corretamente

- Escolha estes ajustes quando exportar, faça 5" de largura, 120 dpi, RGB
- Abra arquivo .psd no Adobe Photoshop
- Salve como extensão formatada JPG com extensão .jpg

Formato .eps (PC)



Formato .jpg (PC)



Criação

- O tamanho do gráfico deve ser de aproxi-madamente 2.75" (tamanho maior)
- Converta todo o texto para esboços (outlines)
- O desenho deve ter um esboço com peso de pincelada de 0.03 pol.
- Todos os outros pesos de pinceladas: 0.01 na Seleção
- O arquivo deve ser nomeado baseado no arquivo fotográfico que foi usado para referência.
- Pelo número de catálogo (ex: DR200)
- Acrecente um sinal gráfico ~ após o nome para mostrar versões de meio tom "sombreadas" (ex: DR200~.eps)
- Acrecente o sinal _ (sublinhado) mais "C" para mostrar cor (ex: DR200_C.eps)
- Acrecente um _ (sublinhado) mais "K" para mostrar quea caixa do Kit aparece (ex: DR210K_K.eps)

NOTA: Para padrões adicionais de classificação por favor, veja o documento (Convenções de Classificação de Fotografia & Formatos de Arquivo Padrão) e aplique as mesmas regras.

Formato .eps (PC)

- Salve como arquivo Adobe Illustrator 6.0 EPS
- Preview: 8-bit IBM-PC
- Adicione uma extensão .eps

Formato .jpg (PC)

- Abra o arquivo Illustrator EPS no Adobe Photoshop
- Faça um a largura entre 3.5"- 4"
- Modo: Escala de Ciza (Grayscale) (RGB para arte de linha colorida)
- Resolução: 120dpi
- Achate a imagem-sob camadas (layers) window/menu "Achate a imagem" (Flatten Image)
- Salve como:
- Formato: JPEG (com ext. .jpg)
- Opções de Imagens: Máximo12
- Opções de Formato: Baseline "Standard"

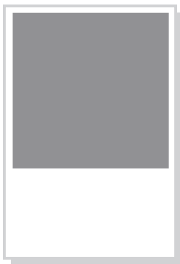
NOTA: O JPG é só uma versão bitmapeada do arquivo vetor original.

Leque de cor Primária



Black & Decker Laranja	Preto
PONTO PANTONE® 172	**PONTO** PROCESS BLACK with 40% CYAN
CMYK 0 - 65 - 100 - 0	**CMYK** 40- 0 - 0 - 100
RGB 255 - 89 - 0	**RGB** 0 - 0 - 0

Cor Opcional



Cinza BLACK&DECKER

PONTO
PANTONE® Cool Gray 9

CMYK
0 - 1 - 0 - 51

RGB
153 - 153 - 153

As cores mostradas neste manual não foram avaliadas em relação à precisão e talvez não combinem com os padrões de cor da PANTONE. PANTONE é uma marca registrada da Pantone, Inc.

A palheta de cor oficial BLACK&DECKER– Laranja BLACK&DECKER (PMS 172C), Preto e Cinza BLACK&DECKER foram escolhidos para refletir a qualidade e inovação que as pessoas associam com o nome BLACK&DECKER. A cor deve ser consistente em cada aplicação.

No lugar da palheta de cor da BLACK&DECKER, pode-se usar as cores PANTONE® citadas aqui nesta página, padrões para as quais podemser encontradas na edição atual do guia de formulação de cor PANTONE.

Para impressão de cor para aplicações em tela, ver as cores CMYK e RGB listadas aqui.

Quando reproduzir as cores BLACK&DECKER, elas devem estar visualmente iguais às tolerâncias/padrões de Controle de Cor fornecidas pela Gerência de Marca da BLACK&DECKER. Estes padrões podem ser encontrados neste guia ou solicitados ao Centro de Pedidos no número (800) 235-2000 (Onde, no Brasil ou USA?) Formulário número de pedido #2005COLORSTDRG.

Estes padrões não devem ser usados como padrões de combinação de tintas para PMS 172C. Veja amostra de cores para combinação. Em nenhuma hipótese a PMS 172C deve ser impressa em sua equivalente CMYK .

A combinação das cores laranja e preta foram registradas pela BLACK&DECKER Corporation. E todas as embalagens devem levar um aviso, como se vê abaixo.

Laranja e Preto é uma marca registrada da BLACK&DECKER Corporation.

Aviso da Cor deve ser mostrado em todas as caixas, na parte inferior. Use esta retratação para todas as embalagens e merchandising.

Black & Decker DIN Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789

Black & Decker DIN Light Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789

Black & Decker DIN Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789

Black & Decker DIN Regular Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789

Black & Decker DIN Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789

Black & Decker DIN Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789

Black & Decker DIN Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789

Arial (Web site/Microsoft Usage ONLY)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789

A Tipografia é parte importante na unificação da divulgação da marca em todos os níveis. A BLACK&DECKER utilizou uma fonte sans-serif atual chamada DIN e a customizou, criando uma fonte exclusiva e própria para o uso em todas as comunicações da BLACK&DECKER.

O DIN BLACK&DECKER está disponível para uso em Mac ou PC, em tipo 1 ou formato Truetype. A fonte tipo 1 deve ser sempre usada para comunicações de materiais de marketing que são impressos profissionalmente. A fonte tipo Truetype pode ser usada em seu PC local para processamento de textos.

Para aplicações online, PowerPoint e documentos Word, o Arial pode ser usado no lugar do BLACK&DECKER DIN.

Produto de Marca Principal



Produto de Submarca



A embalagem é um dos pontos mais sensíveis e poderosos de consumo para a BLACK&DECKER. Uma aparência consistente irá contribuir grandemente no impacto nos pontos de vendas, interesse e facilidade no reconhecimento da marca.

Esta seção de diretrizes descreve os produtos que são marcas principais e submarcas.

Produtos endossados e de marcas independentes não devem seguir o sistema BLACK&DECKER.

Padrões comuns são compartilhados no sistema de desenho de embalagem. A hierarquia na comunicação e elementos de desenho comuns são explicados nas seções essenciais. Portanto, traços específicos do desenho em categorias de submarcas de Ferramentas Elétricas, Linha Outdoor, Limpeza e Casa são explicadas.

Estas diretrizes devem ser seguidas em todas as embalagens da BLACK&DECKER. Se as condições do mercado global requererem variações no sistema, favor entrar em contato com a Equipe de Comunicação de Marcas no BdbrandLAG@bdk.com

Ponto de Preço de Abertura (OPP)



*** Ponto de Preço Médio (MPP)**



Ponto de Preço Alto (HPP)



Eletrodomésticos



Pesquisa extensa sobre o consumidor tem sido conduzida para determinar as características mais importantes da embalagem que este prefere quando está decidindo adquirir um produto. Cinco características principais emergem na ordem de importância na nossa hierarquia de comunicação.

A hierarquia na comunicação permanece consistente nas embalagens, independente de faixa de preço ou categoria. O que está sendo demonstrado aqui é a abertura de ponto de preço (OPP) e o ponto de preço médio (MPP) para Ferramentas Elétricas, o ponto de preço mais alto para a linha Outdoor (HPP) e a categoria Casa (Home) que não está caracterizada visualmente por ponto de preço.

***Ponto de Preço Médio é primordialmente o estilo de embalagem BLACK&DECKER.**

1 **Hierarquia**

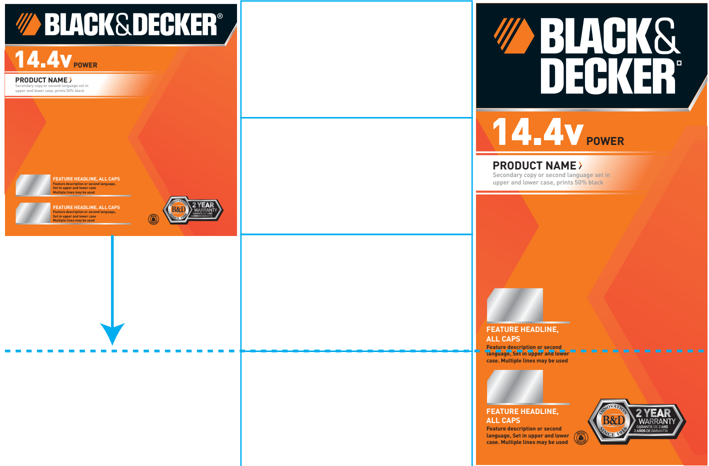
A Logotipo é com frequência a primeira consideração quando fazemos uma compra. A Logotipo do produto principal e do subproduto é sempre o elemento mais importante na hierarquia da comunicação. Ela está na parte de cima da embalagem, sobreposta nas extremidades da esquerda e nas superiores.
A assinatura sobreposta deve ser usada quando a assinatura preferencial ficar muito pequena, conforme exemplo da embalagem da linha Outdoor.

2 **Fotografia do Produto** – A fotografia do produto deve transmitir uma história visual ao nosso consumidor. As diretrizes específicas de fotografia estão localizadas em cada uma das nossas seguintes seções.

3 **Descrição do Produto** – A descrição do produto foi criada de forma que fique fácil de achar e entender. As fontes usadas, o estilo gráfico e a posição diretamente abaixo da marca devem permanecer consistentes.

4 **Características e Benefícios** – Características e Benefícios ajudam os consumidores à tomar decisões sobre modelos. Apresentação consistente e tratamento gráfico são críticos para uma comunicação clara.

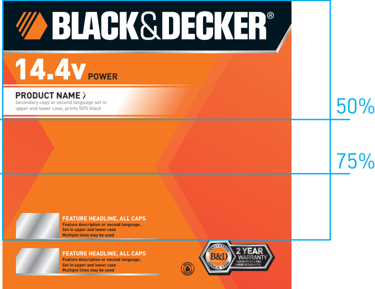
5 **Garantia** – O local e a abordagem sobre a garantia devem estar consistentes em todos os materiais de embalagem. Leia a embalagem e suas direções para maiores informações.

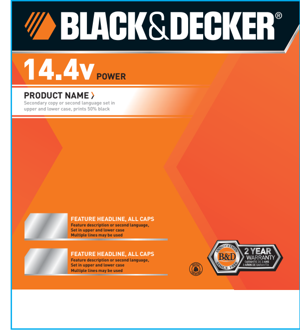


Como escolher um Modelo

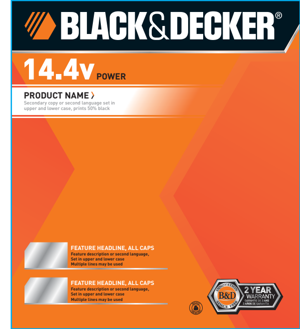
Modelos são fornecidos para Ferramentas Elétricas, Linha Jardim, Produtos para Limpeza e Eletrodomésticos. Dois modelos são fornecidos em cada ponto de venda - horizontal e vertical.

***Nem todos os mercados requerem uma estratégia de ponto de venda. Favor utilizar uma Média de Ponto de Venda (MPP) como padrão.**









Como usar um Modelo

Comece ampliando o modelo até que o expositor do produto fique entre 50% e 75% da altura da embalagem como se vê à esquerda ou até que a largura máxima do logo seja usada na parte superior, como se vê à direita.

Lembre-se de que o logo é a prioridade número um na hierarquia de comunicação. Ele deve ser tão grande quanto possível na embalagem.

Em nenhuma hipótese um logo lateral, superior ou inferior da BLACK&DECKER pode ser maior do que o frontal.

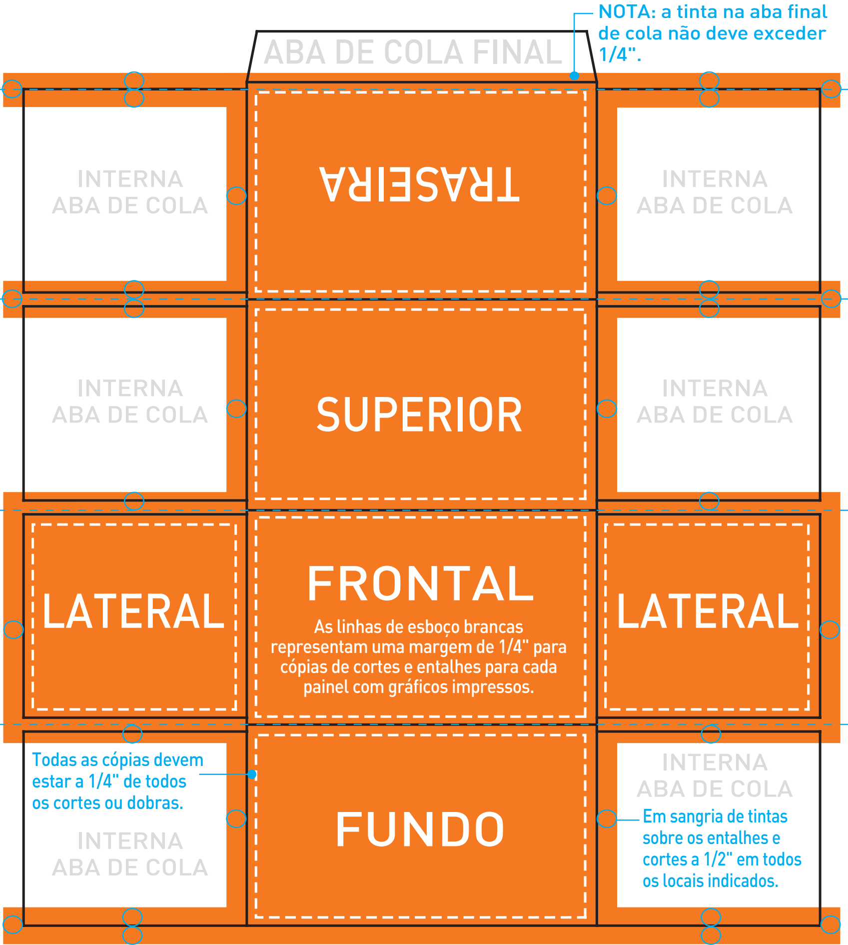
Em nenhuma hipótese o logo da BLACK&DECKER deve estar posicionado a menos que 1/4" de qualquer corte, dobra ou marca. Se o logo (por si mesmo, não incluindo o ambiente preto) estiver mais próximo do que o mínimo de 1/4" após estar em escala com a porcentagem correta, ele inteiro deve ser movido até que o tipo BLACK&DECKER esteja a uma distância mínima de qualquer corte, dobra ou marca. O tamanho do ambiente preto deve ser aumentado na proporção correta.

Ver descrições mínimas da área de ambiente na página de logo da BLACK&DECKER.

Quando ampliar ou reduzir os elementos gráficos para preencher espaços, certos itens precisam ficar em proporção constante:

1. O logo, garantia e descrição do produto devem ser ampliados ou reduzidos juntos.
2. O tipo de vantagem de detalhes, régua prata e janela de fotografia devem ser ampliados ou reduzidos juntos.
3. Os gráficos hexagonais esquerdo e direito de fundo podem ser reduzidos ou ampliados separadamente. O gráfico hexagonal de fundo direito contém dois formatos, com duas graduações diferentes. Assegurar que ambos os formatos sejam ampliados proporcionalmente juntos.

Exemplo 1: Padrões de sobreposição e margem de cópias



A descrição abaixo é regra geral a ser seguida sempre que se fizer arquivos para todas as embalagens.

Todas as cópias devem estar a 1/4" de todos os cortes ou dobras. No entanto, há exceções para esta regra. As cópias devem ser postas sobre moldes (scores) que dobrem menos do que 45˚. A cópia pode tambem ser colocada sobre cortes em painéis que criem fechamentos.

A arte de painéis frontais e traseiros que se apóiem nos moldes devem "rolar sobre" uma distância de 5/8" para os painéis opostos. Todas as artes de painéis secundários que apoiem nos entalhes devem ser "aparados" 5/8".

O trabalho de arte deve sobrepor 1/2" sobre cortes e entalhes das abas internas, exceto pela aba de cola final.

Tamanho de ponto mínimo para todas as cópias (inclusive traduções) é de 8 pt.

Descrição de Linha de Produto Genérico



Descrição de Linha de Produto



Dimensionamento de Descrição de Linha de Produto



Nome de Produto



O uso da Marca Registrada por Licenciados

O Departamento de Patentes da BLACK&DECKER deve aprovar todo uso da marca registrada e marcas por licenciados atuais e futuros. Favor entrar em contato com o Departamento de Patentes se necessitar de mais informações.

Linhas de Produto
Em alguns casos, fazer merchandising de um grupo de produtos como uma só linha de produtos é vantajoso. Esta linha de produtos é apresentada do mesmo modo quando se fala de embalagem, utilizando uma aba prata sob o logo da marca principal ou da submarca.

A altura da barra da descrição da linha de produto está diretamente proporcional ao símbolo hexagonal. A altura pode ser usada em dois tamanhos: metade da altura ou igual à altura do símbolo hexagonal.

Nome de Produto Genérico
O logo do Nome do Produto cria um identificador exclusivo para um produto e normalmente é usado como descritor ou mecanismo para ligar a comunicação. A altura da faixa de nome do produto é de 50% da altura do hexágono da BLACK&DECKER.

Logo doNome do Produto
Produtos individuais com logos próprios que não são partes de uma linha de produto podem utilizar seu logo revertido para branco contra o fundo laranja. Existe um número de nomes de produtos disponíveis dentro do inventário de marcas. O relacionamento entre a marca e o nome do produto deve ser implantado de acordo com uma relação específica de 50% do hexágono BLACK&DECKER. O nome do produto nunca deve exceder o logo BLACK&DECKER em termos de ênfase. Os exemplos à esquerda mostram o relacionamento marca/ nome do produto.

Favor contactar o Departamento Administrativo, Legal e de Comunicação de Marcas se você deseja criar uma nova linha de produtos ou nome de produto.

Fonte: BLACK&DECKER DIN Bold

HPD18K-2

Tamanho MÍNIMO DE PONTO é 12 pt.

HPD18K-2

Favor usar texto branco em painéis pretos e texto preto em painéis prata.

O número de catálogo de produto serve como referência para consumidores e varejistas. Ele deve consistir em tamanho e posição para facilitar a localização.

Sempre tenha o número de catálogo do produto em todos os painéis da embalagem.

O número de catálogo de produto deve estar colocado no canto direito inferior de cada painel (Exceções podem ser feitas somente no caso de restrição de espaço).

O tamanho (em altura) do número do catálogo depende do tamanho e espaço do papelão. Faça todos os números de catálagos nos outros painéis do mesmo tamanho da frente. O tamanho mínimo do ponto é 12 pt. O tamanho máximo do ponto é de 20% da altura do hexágono da B&D.

Lembre-se de que o número de catálogo deve estar a 1/4" de todas as marcas e linhas.



O número de catálogo de produto é de 20% da altura do hexágono B&D no painel frontal. Use este tamanho calculado em todos os outros painéis também. O tamanho mínimo do ponto é de 12 pt.

A BLACK&DECKER garante todos os seus produtos. Comunicar com clareza este fato constrói confiança e lealdade com os consumidores. Um exclusivo selo de garantia foi desenvolvido e deve ser usado com todos os produtos. Ele é facilmente identificado e dá aos consumidores a segurança da qualidade dos produtos que eles estão comprando.

O tamanho do selo de garantia é proporcional ao tamanho do símbolo hexagonal na assinatura no painel no qual o selo de garantia aparece.O lugar ideal é na parte inferior, canto direito da embalagem como mostramos aqui.

Os detalhes da cópia de garantia mudam de mercado para mercado para se adaptar às exigências locais e às várias línguas.

Example: Market Requirements
LAG Group



Par uso em **produtos produzidos** pela **BLACK&DECKER**.



Para uso em **produtos licenciados** não produzidos pela **BLACK&DECKER.**

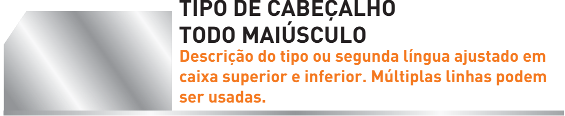


O hexágono preto na garantia deve ser equivalente ao hexágono do logo BLACK&DECKER.

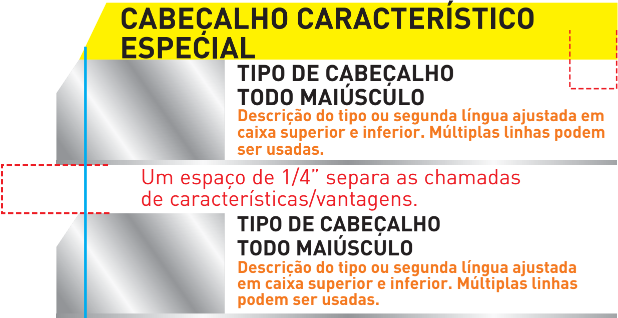


O selo de garantia está colocado no canto inferior, lado direito da embalagem, e é igual em tamanho ao símbolo hexagonal na assinatura.

Vantagem do Detalhe Padrão



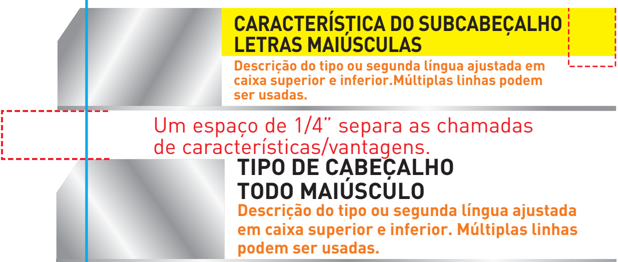
Opções de vantagem do detalhe principal
Tratamento HPP



A barra de chamada termina 1/4" após a palavra de cópia mais longa.

The silver bar must align vertically with all Feature & Benefit callouts on each package.

Tratamento MPP



A barra de chamada termina 1/4" após a palavra de cópia mais longa.

The silver bar must align vertically with all Feature & Benefit callouts on each package.



CABEÇALHO CARACTERÍSTICO,
TODO MAIÚSCULO
Descrição do tipo ou segunda língu ajustada em caixa superior e inferior.Múltiplas linhas podem ser usadas.



Marca de ingredientes podem também ser chamadas com uma bandeira amarela apontando para o benefício da ferramenta.

Formatos das Janelas



60% angle of hex

As janelas das características estão disponíveis em dois formatos. Manter o ângulo no canto superior esquerdo com TODAS as fotos das características e benefícios, independente de tamanho ou formato.

Características e benefícios são pontos críticos para se poder explicar como uma ferramenta funciona, sua aplicação específica e facilidade no uso. As características e benefícios das janelas estão disponíveis em dois formatos, dependendo do formato da embalagem.

Características primárias, benefícios principais e ingredientes da marca podem ser evidenciados ao usar a caixa amarela juntamente com características e benefícios. Na lista de característica, a vantagem principal vem primeiro.

O formato e o uso da caixa amarela devem ser empregados de acordo com o estilo da embalagem.

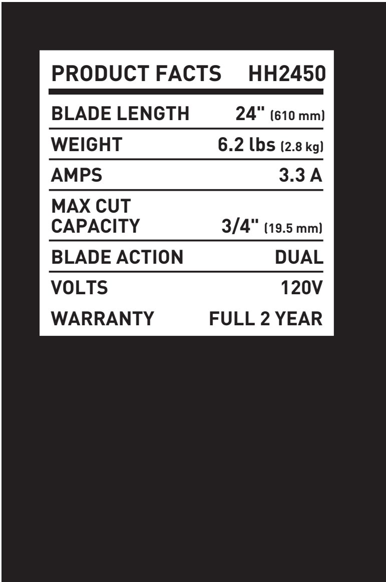
Quando reformatar as características e benefícios para adequar a um determinado tipo de embalagem, mantenha o tipo, régua e janela na mesma proporção mostrada aqui.

A cópia deve se alinhar com o topo da foto para uso geral para manter as condições apropriadas.

Cor do texto varia dependendo da categoria e ponto de preço. Veja desenhos de categoria individual começando para maiores informações.

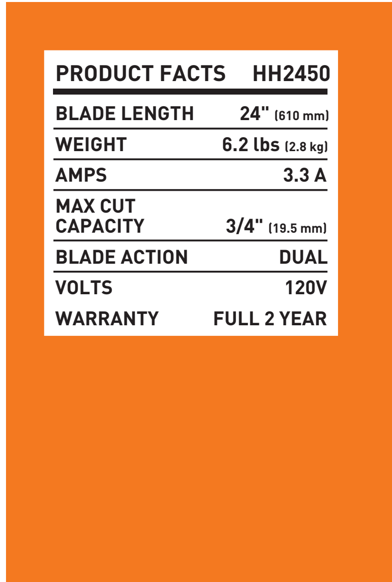
Tabela de especificação padrão

Fundo Preto



PRODUCT FACTS	HH2450
BLADE LENGTH	24" (610 mm)
WEIGHT	6.2 lbs (2.8 kg)
AMPS	3.3 A
MAX CUT CAPACITY	3/4" (19.5 mm)
BLADE ACTION	DUAL
VOLTS	120V
WARRANTY	FULL 2 YEAR

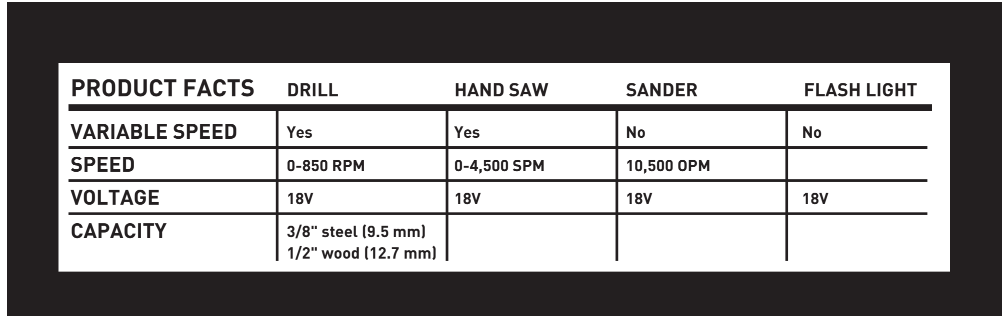
Fundo Laranja



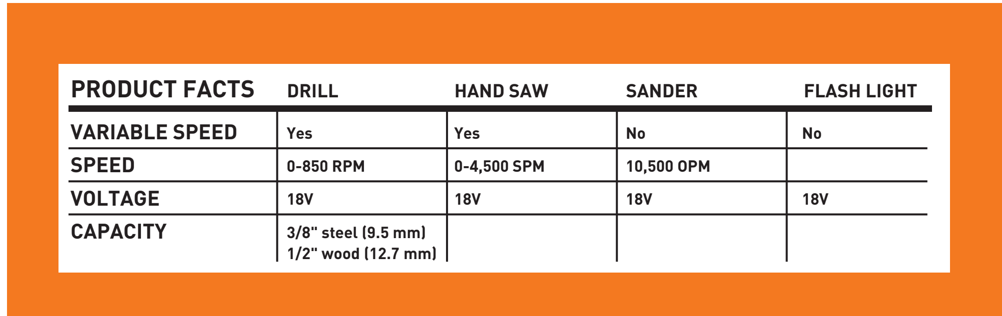
PRODUCT FACTS	HH2450
BLADE LENGTH	24" (610 mm)
WEIGHT	6.2 lbs (2.8 kg)
AMPS	3.3 A
MAX CUT CAPACITY	3/4" (19.5 mm)
BLADE ACTION	DUAL
VOLTS	120V
WARRANTY	FULL 2 YEAR

A Tabela de Especificações padrão torna a embalagem agradável aos olhos do cliente, permitindo ao consumidor comparar as especificações com outros produtos similares. Os diagramas a seguir tratam de gráficos para ferramentas em embalagem individual e em conjunto (agrupados).

Especificação de Tabela para Combo Kits (conjuntos)



PRODUCT FACTS	DRILL	HAND SAW	SANDER	FLASH LIGHT
VARIABLE SPEED	Yes	Yes	No	No
SPEED	0-850 RPM	0-4,500 SPM	10,500 OPM	
VOLTAGE	18V	18V	18V	18V
CAPACITY	3/8" steel (9.5 mm) 1/2" wood (12.7 mm)			



PRODUCT FACTS	DRILL	HAND SAW	SANDER	FLASH LIGHT
VARIABLE SPEED	Yes	Yes	No	No
SPEED	0-850 RPM	0-4,500 SPM	10,500 OPM	
VOLTAGE	18V	18V	18V	18V
CAPACITY	3/8" steel (9.5 mm) 1/2" wood (12.7 mm)			

Código de Barras



150%

Use este arquivo FPO para colocação do código de barras. O Departamento de Gráficos de Embalagem da BLACK&DECKER deverá substituir este por um código atualizado.

Sempre indique que a UPC o código de barras é 150%.

Web/800 Icon



Ele representa o tamanho padrão para o Ícone Web/800.
Ele pode ser feito menor quando as dimensões não permitirem.

Somente Web



Algumas ou todas as informações a seguir são essenciais em todas as embalagens.

Código de Barras: o código de barras deve ser 150% nominal e posicionado no painel de fundo ou traseiro.

Ícone Web/800: o Ícone BLACK&DECKER Web/800 deve estar no mesmo painel do Código de Barras e posicionado próximo ao Código de Barras.

Lembre-se: sempre usar os padrões fornecidos pelo Equipe da Comunicação de Marcas BLACK&DECKER.

O Endereço da BLACK&DECKER

ARGENTINA
Solamente para propósito de Argentina:
Importado por: Black & Decker Argentina S.A.
Pacheco Trade Center
Colectora Este de Ruta Panamericana
Km. 32.0 El Talar de Pacheco
Partido de Tigre
Buenos Aires (B1618FBQ)
República de Argentina
No. de Importador: 1146/66

MEXICO
Solamente para propósito de México:
Importado por: Black & Decker S.A. de C.V.
Bosques de Cidros, Acceso Radiatas No.42
3a. Sección de Bosques de las Lomas
Delegación Cuajimalpa,
05120, México, D.F.
Tel. (52) 555-326-7100
R.F.C.: BDE810626-1W7

BRAZIL
Imported by/Importado por:
Black & Decker do Brasil Ltda.
Rod. BR 050, s/nº - Km 167
Dist. Industrial II
Uberaba – MG – Cep: 38056-580
CNPJ: 53.296.273/0001-91
Insc. Est.: 701.948.711.00-98
S.A.C.: 0800-703-4644

Manufactured by / Manufacturado por/
Fabricado por:
Black & Decker do Brasil Ltda.
Rod. BR 050, s/nº - Km 167
Dist. Industrial II
Uberaba – MG – Cep: 38056-580
CNPJ: 53.296.273/0001-91
Insc. Est.: 701.948.711.00-98
Indústria Brasileira
S.A.C.: 0800-703-4644

* Address may vary by market:

Solamente para propósito de México:
Importado por:
Black & Decker S.A. de C.V.
Bosques de Cidros, Acceso Radiatas No. 42
3a. Sección de Bosques de las Lomas
Delegación Cuajimalpa,
05120, México, D.F.
Tel. (52) 555-326-7100
R.F.C.: BDE810626-1W7

FONTE: BO DIN B&D Medium
O tamanho mínimo do ponto é 8 pt. Não reduzir as fontes mais do que 80%.

Símbolo de Conformidade



Ele representa os tamanhos mínimos para os Símbolos de Conformidades. Não ampliar mais que 150%

O Endereço da BLACK&DECKER: o endereço da BLACK&DECKER e país de origem devem aparecer no painel traseiro.

Símbolos de Conformidade: os símbolos de conformidade devem aparecer no fundo do painel junto ao código de barras e/o endereços. A Gerência de Produto BLACK&DECKER fornece instruções de quais símbolos são exigidos para cada produto.

O Símbolo de Reciclagem: o Símbolo de Reciclagem deve aparecer no painel frontal próximo à bateria na foto do produto e no painel de fundo próximo aos Símbolos de Conformidade.

Lembre-se: sempre use padrões fornecidos pelo Equipo de Comunicação de Marcas da BLACK&DECKER.

"Inclui Aviso"

INCLUI: R0600 lixadeira orbital randômica, lixa almofadada de acabamento, (2) discos de lixa orbital randomizada , (2) folha de lixa de papel para acabamento, almofada para acabamento extra, chave hexagonal, (4) lixas de acabamento extra para ponta da lixadeira.

INCLUI FONTES: Espanhol, Português e Inglês; B&D DIN Bold
Não condensar as fontes mais do que 80%.
Ponto de tamanho mínimo é 8 pt.

Todo el texto debe estar en minúscula, salvo "INCLUYE:".
Los artículos múltiples se enumerarán en (forma numérica).

* REQUERIMENTOS DE TRADUÇÃO VÃO VARIAR DEPENDENDO DO MERCADO.
* Garantia é usada em produtos manufaturados pela BLACK&DECKER somente. Produtos licenciados devem ter a garantia do licenciador.

Aviso

AVISO: **PARA OPERAÇÕES SEGURAS, LEIA O MANUAL DE INSTRUÇÕES.**

Aviso Step-Up

AVISO: **PARA OPERAÇÃO SEGURA, LEIA O MANUAL DE INSTRUÇÕES.**

Aviso FireStorm

AVISO: **PARA OPERAÇÃO SEGURA LEIA AS INSTRUÇÕES DO MANUAL.**

OBS.: Aviso em Inglês DEVE ter o Símbolo Internacional de Aviso antes da verbiagem.

Incluir Aviso": a nota de incluir aviso deve aparecer no painel de fundo exceto nas abas (sleeves). Ele deve aparecer no painel superior sob a alça da caixa do kit.

As Garantias e Advertências da BLACK&DECKER As Garantias e Advertências da BLACK&DECKER devem aparecer no painel de fundo. Existem três versões diferentes dependendo do produto. A Gerência de Marca da BLACK&DECKER deverá instruir qual será usada.

Símbolo de Advertência: sempre colocar o Símbolo de Advertência Internacional antes do Aviso de Advertência.

FONTES DE GARANTIA: B&D DIN BOLD
Não condensar as fontes mais do que 80%. Tamanho mínimo da fonte é 8 pt.

Abertura de Ponto de Preço (OPP)



Ponto de Preço Médio (MPP)



Ponto de Preço Alto (HPP)



O desenho da Categoria de Ferramentas Elétricas está talhado para enfatizar os fatores determinantes de compra para o público-alvo da BLACK&DECKER:

Potência, Performance,
Inovação & Confiança

Todos os seguintes elementos trabalham dentro da hierarquia da comunicação para reforçar o fato de que nossas ferramentas são eficientes:

- O logo proeminentemente colocado atravessado no topo da embalagem
- A fotografia marcante
- O descritor do produto em negrito, levando à designação marcante deste
- As características explicadas em detalhes sobre todo o trabalho dentro da hierarquia da comunicação, enfatizando que nossas ferramentas são eficientes.

A estratégia Avanço (Step-up) é usada para facilitar as experiências de compras do consumidor ao diferenciar claramente a oferta em cada ponto de preço. Ao ter a distinta variação entre os pontos de preço, o consumidor se sente apto a selecionar o produto correto para suas necessidades e serve para atrai-lo a olhar um outro preço dentro de uma próxima categoria.

A estratégia step-up entre cada ponto de preço é definida por:

- número de características e benefícios
- fotografia do produto que evidencia a identificação do produto
- características de assinaturas
- variação de cor

Este tipo de estratégia não é usado com todos os produtos ou em todas as situações de mercado. Onde não existir o método step-up, o desenho MPP é preferível para embalagens.

Abertura de Ponto de Preço (OPP)



Ponto de Preço Médio (MPP)



Ponto de Preço Alto (HPP)



Corte de Moldes (Die-cuts)



Seguindo a hierarquia da comunicação, embalagens de qualquer tamanho e formato podem ser criadas. Esta esquematização demonstra os elementos principais da comunicação numa embalagem forte, quadrada, horizontal ou vertical, em qualquer ponto de preço.

Certas características de projeto serão específicas para cada produto, lembrando sempre de se certificar que a hierarquia da comunicação seja mantida, assim como as exigências específicas para o estilo de fotografia, tipografia, cor e aplicação gráfica definidas nestes parâmetros.

Os modelos de embalagem inclusos neste guia asseguram que o sistema está corretamente aplicado às embalagens de diferentes tamanhos.

Cortes de Moldes (Die-Cuts)

Cortes de Moldes podem ser características importantes da embalagem, usadas para mostrar ao consumidor uma parte do produto ou para enfatizar um benefício em particular. Planejar um corte de molde para funcionar junto à hierarquia da comunicação da embalagem é crítico para o sucesso do desenho da embalagem.

Tome cuidado para assegurar que o corte de molde não interfira na assinatura BLACK&DECKER. Se necessário, use a assinatura vertical, mesmo se a embalagem for de orientação horizontal.

Exemplo de Fotografia Correta



Ângulo Correto da Fotografia

30%

A fotografia (beauty shot) de alta qualidade do produto é essencial para o sucesso do desenho da embalagem. As Ferramentas Elétricas da BLACK&DECKER devem sempre ser fotografadas para embalagem seguindo estas instruções básicas.

1. O produto deve ser visto de um ponto logo acima do centro, a um ângulo de 30°.

2. O foco deve ser claro.

3. O produto deve ser bem iluminado para mostrar todos os detalhes deste. Evite sombras dramáticas.

4. O produto deve sempre ser jogado contra um fundo.

5. O produto deve ser retocado para se remover manchas e assegurar que os realces estejam colocados corretamente, para que áreas escura sejam vistas contra fundos pretos e áreas laranja apareçam contra fundos laranja.

6. Os produtos "Combo kit" (conjuntos) devem ser fotografados juntos para assegurar que o ângulo correto e o realce sejam mantidos para cada peça.

A ferramenta principal do kit, uma furadeira neste exemplo, é sempre posicionada em frente em escala grande. Os itens adicionais do Kit devem ser mostrados em escala menor atrás da ferramenta principal.

Realce
Para assegurar que o produto seja visto como potente, é importante que a principal imagem do produto seja realçada. O produto deve violar em 1/4" dentro da moldura sobrepondo-se no painel de fundo ou painel direito, ou ambos.

Realce



Exemplo de fotografia de característica correta







Fotografía de Características e Acessórios

A fotografia cria uma estória atraente para o consumidor. Toda as fotos da Black & Decker podem ser descrita como: capacitação, dinamica, de relação e inspiração. As fotos de características e benefícios devem reforçar estas ideias.

Foco: O foco deve ser claro.

Ambiente: mantenha o fundo simples na utilização das fotos um deve-se acrecentar uma área para permitir que permita que a ferramenta "apareça" na embalagem. Evite mostrar brinquedos extranhos, modelos, roupas, estilo de cabelo, animais ou crianças que tiram a atenção do produto. Quando possível, utilize o fundo de caixa de detalhes da Black & Decker que permite que o detalhe do produto ou foto de acessório seja realçados.

Iluminação: O produto deve estar bem iluminado para se ver os detalhes. Evite sombras dramáticas.

Retoque: O produto deve ser retocado para se remover manchas, e assegurar que os realces estejam colocados corretamente, para que as áreas escuras apareçam contra um fundo preto, e as áreas laranja apareçam contra um fundo laranja.











Fotografia de uso do produto

A foto de uso do produto deve reforçar desempenho e potencia.

Foco: O foco deve ser claro.

Mensagem: Transmita a potencia correta para a tarefa reforçando o desempenho e potencia. Esta foto pode ser mais dinamica e capacitadora.

Ambiente: Mantenha o fundo simples na utilização das fotos. Um deve-se acrecentar uma área para permitir que permita que a ferramenta "apareça" na embalagem. Evite mostrar brinquedos extranhos, modelos,roupas,estilo de cabelo,animais ou crianças que tiram a atenção do produto. Quando possível, utilize o fundo de caixa de detalhes da Black & Decker que permite que o detalhe do produto ou foto de acessório seja realçados.

Iluminação: O produto deve estar bem iluminado para se ver os detalhes. Evite sombras dramáticas.

Retoque: O produto deve ser retocado para se remover manchas, e assegurar que os realces estejam colocados corretamente, para que as áreas escuras apareçam contra um fundo preto, e as áreas laranja apareçam contra um fundo laranja.



Fotografia de Estilo de Vida

A fotografia de estilo de vida deve capturar a essencia da marca, fazer uma conecção emocional com o consumidor, e refletir as qualidades principais e personalidade. As imagens devem parecer "proximas" capacitadoras, e inspiradoras.

Foco: O foco deve ser menos claro no produto do que na Fotografia principal (Beauty Shot), aplicação ou fotos de características e benefícios. A explicação é que estas fotos são mais sobre estilo de vida e personalidade dos nossos consumidores, e os benefícios que eles recebem da Black & Decker tornam suas vidas mais fáceis.

Iluminação: Clara, luz natural suave deve encher o espaço. Expanda os fundos. Evite sombras superdramáticas e retoques extras.

Perspectiva: pode ser dramática, ela ajuda a contar a estória e apelar para a emoção.

Vestimenta: Cores neutras como o cinza, preto, branco, bege, azul marinho, kaki e denim funcionam melhor. Use artigos de roupas que os consumidores realmente usam quando querem realizar a tarefa proposta.

Os ítens devem parecer usados, mas ao mesmo tempo limpos e apresentáveis. Por segurança, algumas ferramentas requerem o uso de mangas compridas, calças e luvas. A proteção visual é exigida para a mairia das ferramentas mostradas aquí. Verifique se as unhas estão cortadas, composição e primeiros passes de imagens. Sempre que possível selecione uma roupa que seja neutra culturalmente (evite madras, alta moda e estampas).

Maquiagem: deve ser mínima. Mantenha o pó na mão para evitar visual brilhoso. O batom deve ser neutro ou nenhum.

Adereços: Mantenha-os simples e sutís, só o essencial para a tarefa.

O objetivo é passar um cenário realista, organizado e que traga inspiração. Adereços são ótimos para dar uma dica de qualidade para o consumidor. O uso de molduras sofisticadas, materiais de madeira de lei, e mobiliário fino, todos são meios de passar uma mensagem de produto de ponto de alto preço.

Locação: Deve ser inspirador, mas dentro de um ambiente real para os consumidores. Seja sensível e mostre quintais e gramados que pareçam que podem ser cuidados com nossos produtos. O interior deve ter uma relação com o ambiente no qual o produto será usado na casa. É importante encontrar espaço com bastante luz natural. No entanto, a iluminação pode ser simulada. A luz natural é preferível e faz uma foto melhor.

Modelos: Eles representam nossos segmentos alvo. Nós precisamos refletir a diversidade tanto na raça quanto na idade. È importante pegar modelos que parecem que são verdadeiros usuários do produto. Evite poses de "alta moda" ou "tipo modelo".

Mostramos aqui alguns erros comuns que devem ser evitados quando da elaboração da fotografia.



NÃO fotografe o produto em um ambiente ativo.



NÃO USE foco suave ou imagens parcialmente focadas.



NÃO USE sombras dramáticas.



NÃO PERMITA que partes do produto desapareçam no fundo.



NÃO USE um fundo muito cheio.



NÃO OBSTRUA a ferramenta.

Exemplo de fotografia





Fotografia do “Combo Ki”

Todos os kits de ferramentas devem ser fotografados com luz comum, junto com o foco no produto em evidência na frente. Sempre fotografe as ferramentas juntas, e não individualmente, para depois montá-las juntas. As ferramentas devem ser posicionadas a um ângulo de 30º e fotografadas levemente acima do centro como nossa fotografia principal (beauty shot).

As ferramentas devem se sobrepor de um modo que permita que sejam identificáveis. É preferível que o rótulo Black & Decker seja visível em cada produto. Pode haver casos em que isto não seja possível devido as dimensões da embalagem. Neste caso, as ferramentas devem diminuir de tamanho de modo que a perspectiva naturalmente permitir.

A foto deve ter sombras adicionadas durante a correção de cor e retoque. Ver exemplos de tratamento de sombras. O realce pode ser modificado para assegurar que quando o preto de uma furadeira sobrepõe-se sobre o preto de uma serra Tico-Tico elas não se juntem. O mesmo realce pode ser aplicado ao laranja.



Em ambas as opções, Y = 50% do Hexágono
Em ambas as opções, X = ao Hexágono

OPÇÃO B – METADE DO ESPAÇAMENTO DO HEXÁGONO



Opção B- Metade do espaçamento do Hexágono

Se o detalhe principal do produto não está em um lugar evidente na embalagem, ele pode ser incluído na faixa branca. Neste caso, o espaçamento entre o logo e a faixa branca é y (o que é igual a metade do hexágono no logo).

1 Logo

O logo deve ser proeminentemente colocado através do topo - preto na parte mais alta da moldura sobrepõe-se no lado direito da embalagem, para aumentar seu impacto. Nunca corte mais próximo da metade da largura do X como definido aqui.

2 Descrição do Produto

A. Sempre coordene a energia (14,4V) em preto, o tipo secundário tal como o "sem fio" é laranja.
B. Os detalhes do descritor são estabelecidos numa banda laranja com uma graduação. A banda laranja com uma graduação e a seta preta e branca de praxe estão disponíveis como arte-final eletrônica.

14,4V: BLACK&DECKER DIN Black, Preto

Sem Fio: BLACK&DECKER DIN Bold, Laranja

Descrição da Furadeira: BLACK&DECKER DIN Bold, Branco

Aqui são mostrados os elementos principais do desenho do nível de Abertura de Ponto de Preço na Categoria de Ferramentas Elétricas.

3 Vantagens dos Detalhes

Use um número mínimo de chamadas de detalhes para contar a história e ser competitivo. A régua prata graduada se estende debaixo da imagem e do detalhe da descrição. A janela do detalhe e os gráficos da régua estão disponíveis na arte-final. Duas chamadas máximas para o desenho de Abertura de Ponto de Preço para assegurar a estratégia adequada de avanço (step-up).

Cabeçalho: BLACK&DECKER DIN Black, Branco (Maiúscula)

Descritor: BLACK&DECKER DIN Bold, Preto

Cópia para ser alinhada com a foto no alto.

4 Fundo

O fundo é primariamente cinza com um formato hexagonal sutil. Os gráficos do fundo estão disponíveis como arte-final eletrônica.

5 Fotografia do Produto

Siga sempre os padrões de fotografia disponíveis nesta seção. A imagem deve se sobrepor à moldura no logo, mas não deve sobrepor o logotipo. A imagem deverá ser tão ampla quanto possível, sobrepondo-se nos cantos da direita e da parte de baixo da embalagem.

6 Garantia

O tamanho é determinado pelo símbolo hexagonal no logo (ver Seção de Informação Essencial). A garantia está disponível como arte-final eletrônica.

**Varia conforme o mercado.*



Em ambas as opções, Y = 50% do Hexágono
Em ambas as opções, X = ao Hexágono

OPÇÃO B – METADE DO ESPAÇAMENTO DO HEXÁGONO



Opção B- Metade do espaçamento do Hexágono

Se o detalhe principal do produto não está em um lugar evidente na embalagem, ele pode ser incluído na faixa branca. Neste caso, o espaçamento entre o logo e a faixa branca é y (o que é igual a metade do hexágono no logo).

1 Logo

O logo deve ser proeminentemente colocado através do topo da embalagem preta no ponto onde a moldura sobrepõe-se ao topo da embalagem para aumentar seu impacto. A moldura pode sobrepor-se na ponta direita da embalagem. Nunca corte mais próximo do que a largura de Y definida aqui.

2 Descrição do Produto

A. Sempre coordene a energia (14,4V) em preto, o tipo secundário tal como o "sem fio" em laranja.
B. Os detalhes do descritor estão estabelecidos em uma banda laranja. A banda laranja com uma gradação e a seta preta e branca de praxe estão disponíveis como arte-final eletrônica.

14,4V: BLACK&DECKER DIN Black, Preto
Sem Fio: BLACK&DECKER DIN Bold, Laranja
Descrição da Furadeira: BLACK&DECKER DIN Bold, Preto (Maiúscula)

Aqui são mostrados os elementos principais do desenho para o nível de Ponto de Preço Médio na Categoria de Ferramentas Elétricas.

3 Vantagem dos detalhes

Use um número mínimo de chamadas de detalhes requeridas para contar a história e ser competitivo. A régua de gradação prata se estende debaixo da imagem e do detalhe da descrição.

Cabeçalho: BLACK&DECKER DIN Black, Branco (Maiúscula)

Expositor: BLACK&DECKER DIN Bold, Preto (Maiúscula)

A característica principal, tal como um ingrediente único ou uma qualidade, pode ser chamada com uma caixa amarela ou bandeirola. Na lista de detalhes, o detalhe principal deve ser o primeiro. Detalhes existentes com logos padrões podem manter o logo, contanto que seja impresso em laranja ou preto. Características primárias podem também estar em grande proximidade com o produto como demonstrado aqui.

A cópia é para ser alinhada com a parte alta da foto.

4 Fundo

O fundo é principalmente Black&Decker Laranja com um formato hexagonal graduado em prata atrás da foto do produto. Os gráficos do fundo estão disponíveis como arte-final eletrônica.

5 Fotografia do Produto

Siga sempre os padrões da fotografia disponíveis nesta seção. Siga sempre as instruções para fotos disponíveis nesta seção. A imagem deve sobrepor a moldura no logo, mas nunca deve sobrepor o logotipo. A imagem deve ser tão grande quanto possível, sobrepassando os cantos direitos e de fundo da embalagem. O tamanho é determinado pelo símbolo hexagonal no logo (ver Seção de Informações Essenciais). A garantia está disponível em arte eletrônica.

6 Garantia

O tamanho é determinado pelo símbolo hexagonal no logo (ver a Seção de Informações Essenciais). A garantia está disponível em arte-final eletrônica.

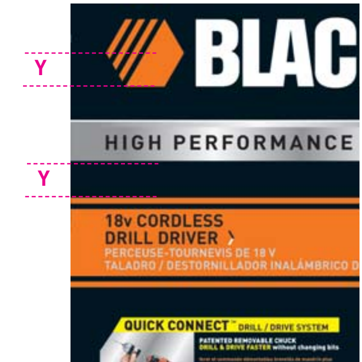
7 Marcas de ingredientes

O logo de marcas de ingredientes mantém sua cor de marca registrada e fica em uma bandeira/seta amarela em uma forma de apoio branca.



Em ambas as opções, Y = 50% do Hexágono
Em ambas as opções, X = ao Hexágono

OPÇÃO B – METADE DO ESPAÇAMENTO DO HEXÁGONO



Opção B- Metade do espaçamento do Hexágono: Se o detalhe principal do produto não está em um lugar evidente na embalagem, ele pode ser incluído na faixa branca. Neste caso, o espaçamento entre o logo e a faixa branca é y (o que é igual a metade do hexágono no logo).

1 Logo

O logo deve estar colocado em evidência na parte superior da embalagem – preta do topo da moldura sobrepondo-se sobre o topo da embalagem - para aumentar o impacto. Nunca cortar mais do que a largura do Y mostrado aqui.

2 Linha de Produto

A barra prata se ajusta em comprimento,dependendo da linha de produto. Para maiores informações, ver a Seção de Informações Especiais

3 Expositor de Produto

A. Sempre comece com a voltagem (18V) em branco e, depois, do tipo como“cordless” em laranja.
B. Os detalhes do expositor são feitos com uma faixa laranja em graduação. O preto padrão e seta branca estão disponíveis em trabalho de arte-final.
18V: BLACK&DECKER DIN Black, Branco

Cordless: BLACK&DECKER DIN Bold, Laranja (Maiúscula)

Descrição da Furadeira:

BLACK&DECKER DIN Bold, Preto (Maiúscula)

4 Vantagem dos Detalhes

Use um número mínimo de chamadas necessárias para dar o recado e ser competitivo. A régua de graduação prata se estende sob a imagem e o detalhe do descritor.
Cabeçalho: BLACK&DECKER DIN Black, Branco (Maiúscula)
Expositor: BLACK&DECKER DIN Medium, Laranja

Um detalhe essencial, tal como ingrediente ou qualidade única, pode ser evidenciado com uma caixa amarela ou seta. Na lista de detalhes, o detalhe principal deve vir primeiro.

Detalhes existentes com logos padrões podem conservar o logo desde que impresso em laranja ou preto.

A cópia deve estar alinhada com a parte superior da foto.

A primary feature such as a unique ingredient or quality may be called out with a yellow box or flag. In the feature list, the primary feature should be first. Existing features with custom logos may retain the logo as long as it prints in orange or black.

5 Fundo

O fundo é basicamente com o preto com uma graduação em laranja BLACK&DECKER. Um hexágono prata graduado fica atrás da foto do produto. Os gráficos de fundo estão disponíveis em arte eletrônica.

6 Foto de Produto

Siga sempre as instruções de fotos disponíveis nesta seção. A imagem deve sobrepor a moldura no logo, mas nunca sobrepor o logotipo. A imagem deve ser tão grande quanto possível, passando sobre a borda direita e inferior da embalagem.

7 Garantia

O tamanho é determinado pelo símbolo hexagonal no logo (ver a Seção de Informações Essenciais). A garantia está disponível em arte-final eletrônica.

8 Chamada para o "Combo Kit" (conjunto)

Itens adicionais podem ter chamadas próximas à foto do produto. Mantenha o texto curto, usando estas fontes.
Com Lanterna (With Flashlight): BLACK&DECKER DIN Bold, Preto (Maiúscula)
Segunda Língua: BLACK&DECKER DIN Bold, Laranja (Maiúscula)

9 Chamada(Claim)

Uma chamada mostra um detalhe exclusivo ao consumidor. O desenho para chamadas é sempre um banner amarelo curvado, com uma borda prata graduada e tipo preto. Se a chamada descreve um detalhe, ela deve estar localizada perto do detalhe em foco, ou na lista de detalhes ou próximo à foto principal do produto. O tipo na chamada nunca deve ser maior do que 50% da altura do tipo no logo, na embalagem. (Sempre 3" de comprimento)

Ponto de Abertura de Preço (OPP)



Quando for ampliar o desenho para todos os lados do papelão, deve-se levar em conta vários fatores: o formato dos produtos variam, exigências de mercado mudam, informações e quantias podem variar e ao mesmo tempo múltiplos idiomas podem ser necessários.

PAINEL TRASEIRO

O painel traseiro deve trazer informações de alfândega e de envio. Se o tamanho permitir, o painel deve conter as seguintes informações, em ordem (justificado à esquerda).

- Evidência do Logo
- Descritor do Produto
- Chamadas de Características e Benefícios

PAINEL SUPERIOR

O preto se estende sobre o logo por toda a superfície da embalagem. Os painéis que não são considerados Painéis de Display principais devem também manter a hierarquia de comunicação. Por exemplo, os painéis traseiros OPP e MPP mostrados aqui contêm o logo, descritor do produto, detalhes do produto, características e benefícios do produto, junto com outras exigências legais. A hierarquia básica do logo primeiro e, a seguir, o expositor e características, se mantidos.

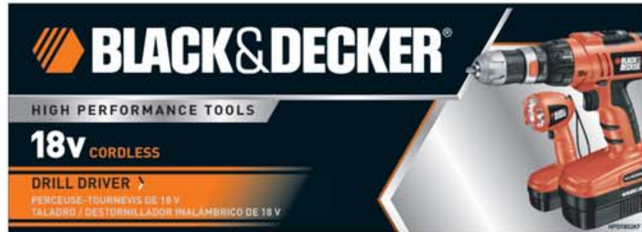
Ponto de Preço Médio (MPP)



Ponto de Preço Alto (HPP)



Superior



Traseiro



Esquerdo



Fundo



Direito



Painel Superior
Trate o painel superior como um Painel de Display principal quando possível e aplique os gráficos usando os gabaritos definidos na Seção de Informações Essenciais. Cuidado para que o corte dos moldes não interfiram com os elementos chaves de comunicação.

Painel Traseiro
Os painéis traseiros são mais para informações, contendo mais detalhes de vantagens, especificações e exigências legais. Se as exigências legais determinarem o código de barras ou a posição do rótulo de endereçamento, estes devem ser colocados primeiro e o resto da arte-final em volta deles. Os elementos restantes devem manter a hierarquia de comunicação definida. Se elementos precisam ser eliminados para acomodar informações, a foto do produto deve ser eliminada primeiro. O descritor e logo do produto devem ser eliminados somente em último caso.

Painel Lateral
Os painéis laterais que não exigem vantagens de detalhes adicionais ou cópia de venda (sell copy) devem ser tratados como PDPs. Siga o modelo do desenho e hierarquia de comunicação como o definido aqui.

Painel Inferior
O painel inferior é reservado para as exigências legais e deve ser organizado de uma maneira simples, organizada, utilizando o BLACK&DECKER DIN quando possível. Selos, informações de Website e de contato devem ser aplicados a este painel para que o consumidor saiba como contactar a BLACK&DECKER.

O exemplo mostrado é desenho HPP. As mesmas regras se aplicam a todos pontos de preço. Use o padrão das embalagens de ferramentas elétricas como modelo de layout.



EMBALAGEM DA IDENTIDADE DA MARCA
VERIFICAÇÃO PADRÃO
FERRAMENTAS ELÉTRICAS

Antes de liberar uma embalagem para o passe inicial, ou final, favor verificar. Se os seguintes itens foram checados.

O USOS DO LOGOTIPO BLACK & DECKER

- ☐ O Símbolo ® visível (em novo lugar superior)
- ☐ Um espaço preto igual na parte superior esquerda do nome do logotipo O espaço deve ser igual a 1/2 do hexágono no logo(x))
- ☐ O logotipo não deve ser esticado, mas dimensionado proporcionalmente
- ☐ A sobreposição deve ser acrescentada separadamente, não estique o logotipo. Para se ajustar à sobreposição
- ☐ O logotipo deve ser de igual tamanho na frente e atrás na embalagem *(se o espaço permitir)*

O USO DA DESCRIÇÃO DO PRODUTO

- ☐ O espaço entre o logotipo e a descrição do produto deve ser igual ao hexágono no logotipo (x)
- ☐ A frase com ênfase deve estar centralizada num espaço. Entre o logotipo e a barra de descrição =75% do hexágono no logotipo
- ☐ Amp, cordless, etc. Devem estar com o mesmo tamanho de texto do texto da barra De descrição (All caps) maiúsculo
- ☐ A barra de descrição é de tamanho igual ao do hexágono no logotipo (opção de logotipo sobreposto=2x)
- ☐ As linhas da barra de descrição devem ser de igual espessura a da linha do logotipo B&D
- ☐ "Seta" deve seguir as cores especificadas da categoria e deve estarlocalizada a dois espaços de caracteres do fim do texto
- ☐ A graduação é incorporada de volta no início do projeto após o fim da cópia mais longa (Na diagonal como a bigorna)

DESCRIÇÃO DA LINHA DO PRODUTO (Ex: família Bullseye®)

- ☐ A barra cinza é igual em tamanho a 75% (x) do hexágono no logotipo
- ☐ O nome do produto é inserido dentro da barra cinza
- ☐ Se o logotipo foi projetado ele encaixa na barra cinza (Preto laranja ou cinza)
- ☐ ™ e ® são mostrados onde for o caso – favor verificar com o departamento legal relativo as informações mais recentes
- ☐ A barra finaliza a uma distância igual do início da cópia. (Visualmente o logotipo é centralizado)

O USO DO NOME DO PRODUTO (Ex: Mouse®)

- ☐ O nome do produto é escrito no formato logotipo em branco (use somente em MPP/HPP) Pode haver exceções
- ☐ O nome do produto é 75%(X) & é posicionado no espaço entre o logotipo e a barra de descrição
- ☐ O processo do logotipo pode ser usado neste espaço em texto Branco
- ☐ ™ e ® são mostrados onde for o caso – favor ver com dept.legal sobre informações atualizadas

USO DO LOGO DE GARANTIA

- ☐ Chamada de garantia padrão "1 ano de garantia"
- ☐ O logo da garantia é =(x) para o hex no logo B&D
- ☐ Localizado no painel frontal
- ☐ Localizado no canto inferior direito a não ser que um situação incorrigível esteja evidente

CÓPIA E FOTOS CARACTERISTICAS E BENEFICIOS

- ☐ Deixe 1/4" entre as chamadas (ou em casos raros todo espaçamento deve ser ao menos =)
- ☐ Chamadas devem ser do mesmo tamanho por painel. Pode haver exceções em casos isolados
- ☐ O formato C&B nunca deve ser esticado, só puxado proporcionalmente ao arquivo da arte
- ☐ A caixa de foto não deve ser esticada, sempre dimensionada proporcionalmente
- ☐ Mantenha um equilíbrio de espaço livre na embalagem (Não estique as imagens para servir em todo o painel)
- ☐ A barra prata é mostrada abaixo da foto e da cópia (Se estende ao ponto máximo do ponto de cópia C&B por todo o painel)
- ☐ O texto deve sempre encaixar justificado à esquerda – inicia no mesmo ponto que todas as cópias abaixo
- ☐ O texto começa na parte superior da foto
- ☐ CAPS, (maiúscula em uma linha (CARACTERISTICAS), minúscula na próxima linha (BENEFICIOS)
- ☐ BARRA DE REALCE (Não é necessário estar em todo limite da embalagem 1-MPP, 2-HPP)
- ☐ A barra de realce Amarela se estende por toda a barra Prata (Use apenas para super realce ou detalhe exclusivo)
- ☐ A barra de realce HPP fica como um chapéu sobre a foto
- ☐ A barra de realce MPP fica próxima a foto
- ☐ Marcas de ingredientes- pode mostrar o processo do logotipo numa faixa amarela (Incluir também a seta amarela de chamada)

FOTOS DE ACESSÓRIOS E CARACTERISTICAS

- ☐ Ver padrões de estilo para características
- ☐ A foto deve ser anexada para se posicionar no formato prata fornecido (O arquivo de arte está disponível)

FOTOGRAFIA

- ☐ É mostrado tão grande e forte quanto possível (Ver padrões de estilo de foto)
- ☐ Onde possível violar nos dois lados (o fundo e lado direito no mínimo 1/4" de painel)
- ☐ Onde possível viole sobre a bigorna do logotipo Black & Decker (Não deve sobrepor o tipo do logotipo)

CAT

- ☐ Localizado no fundo direito embaixo do logotipo da garantia (A não ser que uma situação única existir)
- ☐ Cat # esboçada se houver questões de viabilidade

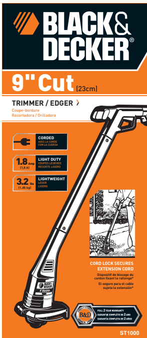
BADEIROLA DE VIOLAÇÃO

- ☐ Deve ser cortada e não deve ser mostrada por toda a embalagem
- ☐ Esboço prata na bandeirolag

Ponto de Preço de Abertura (OPP)

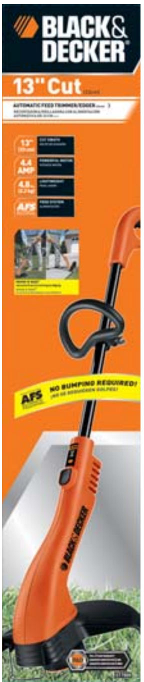


Cor completa



2 opções de cores

Ponto de Preço Médio (MPP)



Ponto de Preço Alto (HPP)



O da Linha Jardim é feita para enfatizar os fatores que motivam a compra junto ao nosso cliente alvo:

Potência, Performance,
Inovação & Confiança

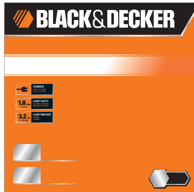
- O logo colocado em evidência sobre a parte superior da embalagem.
- Uma foto eficiente.
- O arrojado descritor do produto liderado pelo indicador de potência do produto.
- As características mostrando em detalhes todo o trabalho dentro da hieraquia de comunicação, reforçando que nossos produtos são potentes.

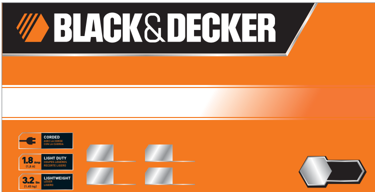
Estratégia do avanço
É usada para dar ao consumidor a experiência da compra, ao diferenciar com clareza as ofertas em cada ponto de preço. Com as variações distintas entre os preços, o consumidor pode escolher o produto para sua necessidade e isso o leva a avançar para a próxima categoria. As estratégias de step-up não são usadas com todos os produtos ou em qualquer situação de marketing. Onde não existir estratégia de step-up, o desenho MPP é o melhor para a embalagem.

A estratégia entre cada ponto de preço é definida por:
- número de características e benefícios
- foto do produto que realça a sua identidade
- detalhes da assinatura
- variação de cor

Cada desenho da categoria é explicado nas páginas a seguir.

Ponto de Preço de Abertura (OPP)







Ponto de Preço Médio (MPP)







Ponto de Preço Alto (HPP)







Corte de Moldes





Seguindo a hierarquia de comunicação, embalagens de qualquer tamanho e formato podem ser criadas. Este esquema mostra os elementos chaves de comunicação em um quadrado, embalagem horizontal ou vertical forte em cada ponto de preço.

Certos detalhes de desenho devem ser específicos para produtos individuais, só lembrando se assegurar de manter a hierarquia da comunicação, assim como as exigências para o estilo de fotografia, tipografia e aplicações de gráficos e cores definidos aqui.

Os modelos de embalagens inclusos aqui asseguram que o sistema é aplicado com precisão às embalagens de tamanhos diferentes.

Corte de Molde
Diagramas de corte de molde podem ser um detalhe importante da embalagem. São usados para mostrar ao cliente um pedaço do produto ou para realçar uma vantagem específica. O planejamento de um corte de molde dentro da hierarquia de comunicação da embalagem é parte crítica do sucesso do desenho da embalagem. A estrutura e os gráficos devem funcionar juntos para assegurar que todas as informações pertinentes sejam incorporadas.

Fique certo de que o corte de molde não interfira com a assinatura da BLACK&DECKER. Se necessário, use a assinatura verticalmente, mesmo que a embalagem seja de desenho horizontal.

Exemplo de Fotografia Correta

Fotografia Potente





A fotografia de alta qualidade do produto é essencial para o sucesso do desenho da embalagem educando ao consumidor e mostrando a qualidade.

Fotografia principal
Fotografia de produto com alta qualidade é essencial para um desenho de embalagem de impacto. Os produtos da Black & Decker devem sempre passar um ideia de desenho de produto inovador, e de fácil uso, potente, feito para desempenho, e completo com características especiais.

Foco: O foco deve ser claro. O produto deve estar em close up, levemente acima do centro, em um ângulo de 30º.

Iluminação: O produto deve estar bem iluminado para se ver os detalhes. Evite sombras dramáticas.

Fundo: O produto deve estar sempre jogado contra um fundo, capturando-se as sombras naturais.

Retoque: O produto deve ser retocado para se remover manchas, e os realces colocados corretamente para assegu-rar que áreas escuras apareçam mesmo estando contra um fundo preto, e que as áreas laranja apareçam mesmo contra um fundo laranja.

Combo kits: Os produtos do Combo kit devem ser fotografados juntos para assegurar que o ângulo e a iluminação corretas são mantidos. A principal ferramenta no kit, uma furadeira por exemplo, seja posicionada na frente da ferramenta (s) secundária (s)em uma escala maior.

Realce: Para se dar mais ênfase na potencia e desempenho, a principal imagem do produto deve ser realçada para se dar ao produto uma sensação de imagem maior que a real. A imagem, onde possível, deve violar as bordas dos paineis da embalagem(fundo e canto direito e onde possível a bigirna do logo) no máximo de 1/4”. Em alguns casos, o relce-ou corte-eventualmente tomar a identidade ou detalhes do produto, o que no caso, deve-se minimizar ou eliminar o realce. O produto pode tambem estar situado em um ãngulo em que ele viola todos os lados; neste caso o produto deve aparecer o maior possível.

Exemplo de fotografia de caraceterística e aplicação correta







Padrões da marca black&decker fotografia de características e acessórios

A fotografia cria uma estória atraente para o consumidor. Toda as fotos da Black & Decker podem ser descrita como: capaci-tação, dinamica, de relação e inspiração. As fotos de características e benefícios devem reforçar estas ideias.

Foco: O foco deve ser claro.

Ambiente: mantenha o fundo simples na utilização das fotos um deve-se acrecentar uma área para permitir que permita que a ferramenta “apareça” na embalagem. Evite mostrar brinquedos extranhos, modelos, roupas, estilo de cabelo, animais ou crianças que tiram a atenção do produto. Quando possível, utilize o fundo de caixa de detalhes da Black & Decker que permite que o detalhe do produto ou foto de acessório seja realçados.

Iluminação: O produto deve estar bem iluminado para se ver os detalhes.
Evite sombras dramáticas.

Retoque: O produto deve ser retocado para se remover manchas, e assegurar que os realces estejam colocados corretamente, para que as áreas escuras apareçam contra um fundo preto, e as áreas laranja apareçam contra um fundo laranja.









A foto de uso do produto deve reforçar desempenho e potencia.

Foco: O foco deve ser claro.

Mensagem: Transmita a potencia correta para a tarefa reforçando o desempenho e potencia. Esta foto pode ser mais dinamica e capacitadora.

Ambiente: Mantenha o fundo simples na utilização das fotos. Um deve-se acrecentar uma área para permitir que permita que a ferramenta "apareça" na embalagem. Evite mostrar brinquedos extranhos, modelos,roupas,estilo de cabelo, animais ou crianças que tiram a atenção do produto. Quando possível, utilize o fundo de caixa de detalhes da Black&Decker que permite que o detalhe do produto ou foto de acessório seja realçados.

Iluminação: O produto deve estar bem iluminado para se ver os detalhes.
Evite sombras dramáticas.

Retoque: O produto deve ser retocado para se remover manchas, e assegurar que os realces estejam colocados corretamente, para que as áreas escuras apareçam contra um fundo preto, e as áreas laranja apareçam contra um fundo laranja.



Fotografia de Estilo de Vida

A fotografia de estilo de vida deve capturar a essencia da marca, fazer uma conecção emocional com o consumidor, e refletir as qualidades principais e personalidade.
As imagens devem parecer "proximas" capacitadoras, e inspiradoras.

Foco: O foco deve ser menos claro no produto do que na Fotografia principal (Beauty Shot), aplicação ou fotos de características e benefícios. A explicação é que estas fotos são mais sobre estilo de vida e personalidade dos nossos consumidores, e os benefícios que eles recebem da Black & Decker tornam suas vidas mais fáceis.

Iluminação: Clara, luz natural suave deve encher o espaço. Expanda os fundos. Evite sombras superdramáticas e retoques extras.

Perspectiva: pode ser dramática, ela ajuda a contar a estória e apelar para a emoção.

Vestimenta: Cores neutras como o cinza, preto, branco, bege, azul marinho, kaki e denim funcionam melhor. Use artigos de roupas que os consumidores realmente usam quando querem realizar a tarefa proposta.

Os ítens devem parecer usados, mas ao mesmo tempo limpos e apresentáveis. Por segurança, algumas ferramentas requerem o uso de mangas compridas, calças e luvas. A proteção visual é exigida para a mairia das ferramentas mostradas aquí. Verifique se as unhas estão cortadas, composição e primeiros passes de imagens. Sempre que possível selecione uma roupa que seja neutra culturalmente (evite madras, alta moda e estampas).

Maquiagem: deve ser mínima. Mantenha o pó na mão para evitar visual brilhoso. O batom deve ser neutro ou nenhum.

Adereços: Mantenha-os simples e sutís, só o essencial para a tarefa.

O objetivo é passar um cenário realista, organizado e que traga inspiração. Adereços são ótimos para dar uma dica de qualidade para o consumidor. O uso de molduras sofisticadas, materiais de madeira de lei, e mobiliário fino, todos são meios de passar uma mensagem de produto de ponto de alto preço.

Locação: Deve ser inspirador, mas dentro de um ambiente real para os consumidores. Seja sensível e mostre quintais e gramados que pareçam que podem ser cuidados com nossos produtos. O interior deve ter uma relação com o ambiente no qual o produto será usado na casa. É importante encontrar espaço com bastante luz natural. No entanto, a iluminação pode ser simulada. A luz natural é preferível e faz uma foto melhor.

Modelos: Eles representam nossos segmentos alvo. Nós precisamos refletir a diversidade tanto na raça quanto na idade. È importante pegar modelos que parecem que são verdadeiros usuários do produto. Evite poses de "alta moda" ou "tipo modelo".

Mostramos aqui alguns erros comuns que devem ser evitados quando no planejamento da fotografia.



NÃO USE sombras dramáticas.



NÃO USE imagens com foco suave ou parcialmente em foco.



NÃO permita que parte do produto desapareça no fundo.



NÃO USE fundos fotográficos cheios.

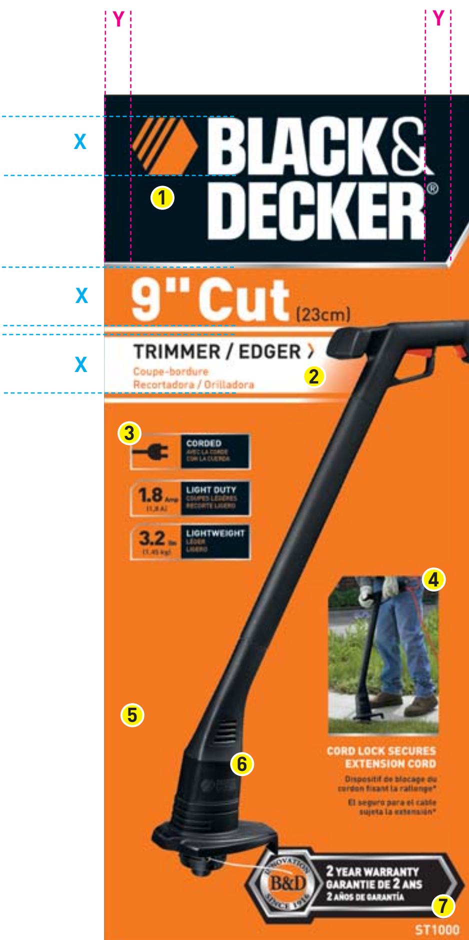


NÃO USE um fundo movimentado.



Não bloqueie a ferramenta.

OPÇÃO A - ESPAÇAMENTO COMPLETO DO HEXÁGONO



Em ambas as opções, Y = 50% do Hexágono
Em ambas as opções, X = ao Hexágono

OPÇÃO B – METADE DO ESPAÇAMENTO DO HEXÁGONO



CAIXA DE ESPECIFICAÇÃO

CORDED
AVEC LA CORDE
CON LA CUERDA

Mostramos aqui os elementos de desenhos para o nível Ponto de Preço de Abertura principais da Linha Jardim.

1 Logo

O Logo deve estar colocado em evidência na parte superior da embalagem preta do topo da moldura sobrepassando o topo da embalagem, para aumentar o impacto. A moldura pode sobrepassar as quinas da embalagem. Nunca corte mais perto do que a largura do Y como é mostrado aqui.

2 Descrição do Produto

A. Sempre comece com uma descrição de produto em branco, tipo secundário tal como "23 cm" é preto.
B. Os detalhes do descritor são em faixa branca com graduação. O preto padrão e seta laranja estão disponíveis em arte-final eletrônica.
CORTE de 9": BLACK&DECKER DIN Black, Branco
23 cm: BLACK&DECKER DIN Bold, Preto
Descritor do Aparador: BLACK&DECKER DIN Bold, Preto (Maiúscula)
Tipo Secundário: BLACK&DECKER DIN Regular, Laranja

3 Características Comparativas da Linha Jardim

criado para ajudar o consumidor a comparar a potência, peso e uso do cabo para produtos diferentes. As características comparativas devem sempre seguir junto à descrição do produto. As características comparativas devem sempre seguir a descrição do produto. Blocos de gráficos de características comparativas estão disponíveis em arte-final eletrônica.

Lado Direito: Caixa laranja com tipos pretos e gráficos.
Lado Esquerdo: Caixa preta com o Black and Decker Din Bold, texto Branco, caixa alta. O texto secundário é o Black & Decker Din Regular, Texto Laranja, caixa alta.
Traduções: Para OPP – Linha Jardim Especificações da Embalagem; as traduções devem ser em laranja.

4 Características e Benefícios

Use o mínimo de chamadas características e Benefícios para contar a história e ser competitivo. A régua prata graduada se estende sob a imagem e a descrição da característica.

Característica: BLACK&DECKER DIN Black, Branco (Maiúscula)
Benefício: BLACK&DECKER DIN Bold, Preto

5 Fundo

O fundo é sólido Laranja BLACK&DECKER.

6 Fotografia do Produto

Siga sempre as instruções para fotografias nesta seção. A imagem pode sobrepor a moldura no logo, mas nunca deve sobrepor o logotipo. A imagem deve ser o maior possível, sobrepondo-se na borda da embalagem.

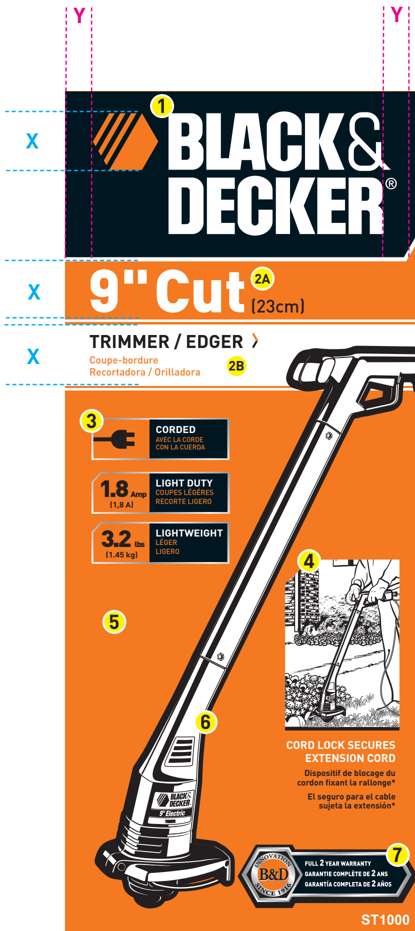
7 Garantia

Tamanho determinado pelo símbolo hexagonal no logo (ver Seção de Informação Essencial). A garantia está disponível em arte-final eletrônica.

8 Opção B- Metade do espaçamento do Hexágono

Se o detalhe principal do produto não está em um lugar evidente na embalagem, ele pode ser incluído na faixa branca. Neste caso, o espaçamento entre o logo e a faixa branca é Y (o que é igual a metade do hexágono no logo).

OPÇÃO A - ESPAÇAMENTO COMPLETO DO HEXÁGONO



Em ambas as opções, Y = 50% do Hexágono
Em ambas as opções, X = ao Hexágono

OPÇÃO B – METADE DO ESPAÇAMENTO DO HEXÁGONO



CAIXA DE ESPECIFICAÇÃO



A embalagem do nível OPP (outdoor) pode ser criada em duas cores para impressão "flexo" quando necessário. As mesmas regras básicas se aplicam em relação à hierarquia da comunicação, faces de tipos e gráficos.

1 Logo
O logo deve estar colocado em evidência na parte superior da embalagem – preto do topo da moldura sobrepondo-se no topo da embalagem para aumentar seu impacto. A moldura pode sobrepor-se na borda da embalagem. Nunca corte mais do que a largura do Y, como mostramos aqui.

2 Descrição do Produto
A. Sempre comece com a descrição de um produto chave em branco, tipo secundário tal como "23 cm" é preto.
B. Os detalhes da descrição são feitos em uma faixa branca. A seta laranja está disponível em arte-final eletrônica.
Corte de 9": BLACK&DECKER DIN Black, Branco
23cm: BLACK&DECKER DIN Bold, Preto
Aparador: BLACK&DECKER DIN Bold, Preto (Maiúscula)
Tipo secundário: BLACK&DECKER DIN Regular, Laranja (Maiúscula)

3 Características Comparativas Outdoor
A característica comparativa Outdoor é um mecanismo criado para ajudar o consumidor a comparar a força, peso e uso do cordão em produtos diferentes. As características comparativas devem sempre acompanhar o descritor do produto. Blocos gráficos de características comparativas estão disponíveis como arte-final eletrônica.

Lado Esquerdo: Caixa laranja com tipos pretos e gráficos.
Lado Direito: Caixa preta com o Black&Decker Din Bold, texto Branco, caixa alta.
Traduções: Para as especificações das cores das caixas de embalagens OPP 2 Cores - Linha Jardim- a tradução deve ser em laranja.

4 Características e Benefícios
Use um número mínimo de chamadas características requeridas para contar a história e ser competitivo. A régua branca se estende debaixo da imagem e do descritor da características.
Cabeçalho: BLACK&DECKER DIN Black, Branco
Descritor: BLACK&DECKER DIN Bold, Laranja

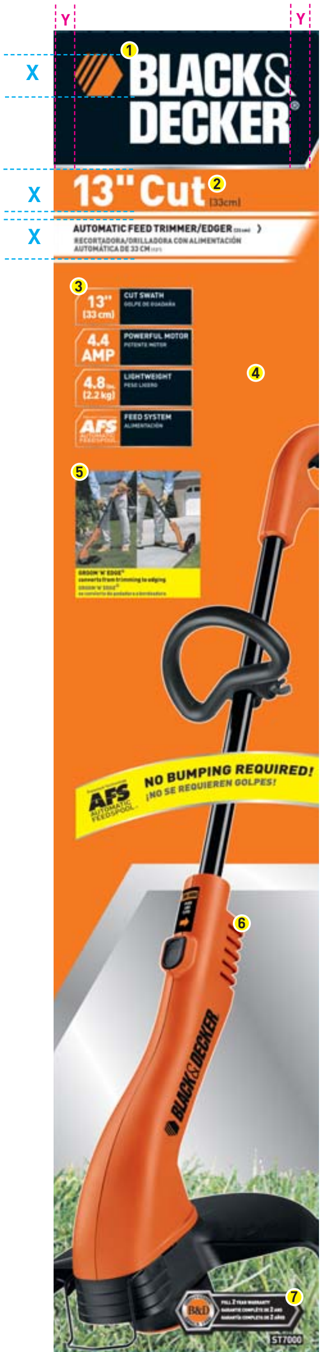
5 Fundo
O fundo é BLACK&DECKER Laranja forte.

6 Imagem do Produto
A linha de arte Preta & Branca é usada para representar o produto. A imagem pode se sobrepor à moldura no logo, mas nunca deve se sobrepor ao logotipo. Certifique-se de que a linha de arte seja mostrada contra o preto na moldura ao aplicar realces brancos. A imagem deve ser tão grande quanto possível, sobressaindo-se em pelo menos um lado da embalagem.

7 Garantia
O tamanho é determinado pelo símbolo hexagonal no logo (ver Seção de Informações Especiais). A garantia está disponível em arte-final eletrônica.

8 Opção B- Metade do espaçamento do Hexágono
Se o detalhe principal do produto não está em um lugar evidente na embalagem, ele pode ser incluído na faixa branca. Neste caso, o espaçamento entre o logo e a faixa branca é Y (o que é igual a metade do hexágono no logo).

OPÇÃO A - ESPAÇAMENTO COMPLETO DO HEXÁGONO



Em ambas as opções, Y = 50% do Hexágono
Em ambas as opções, X = ao Hexágono

OPÇÃO B – METADE DO ESPAÇAMENTO DO HEXÁGONO



CAIXA DE ESPECIFICAÇÃO



Mostramos aqui os elementos de desenhos mais importantes para o nível de MPP da Linha Jardim.

1 Logo
O logo deve estar em evidência colocado sobre a parte superior da embalagem - preta do topo da moldura sobrepõe-se ao topo da embalagem para realçar seu impacto. A moldura pode sobrepor-se à margem da embalagem. Nunca corte mais perto do que a largura do Y como mostrados aqui.

2 Descrição do Produto
A. Sempre comece com uma descrição de produto chave em branco, tipo secundário tal como "33 cm" é preto.
B. Os detalhes da descrição são feitos com uma faixa branca com graduação. O preto padrão e seta laranja estão disponíveis em arte-final eletrônica.
Corte de 13": BLACK&DECKER DIN Black, Branco
33 cm: BLACK&DECKER DIN Bold, Preto
Descrição do Aparador: BLACK&DECKER DIN Bold, Preto
Tipo Secundário: BLACK&DECKER DIN Regular, Laranja

3 Características Comparativas da Linha Jardim
A característica comparativa da Linha Jardim é um mecanismo criado para ajudar o consumidor a comparar a potência, peso, etc. para vários produtos. As características comparativos devem sempre seguir a descrição do produto. Os blocos de gráficos as características estão disponíveis em arte-final eletrônica.

Lado direito: Caixa laranja com tipos pretos e gráficos.
Lado esquerdo: Caixa preta com o Black & Decker Din Bold, texto Branco, caixa alta. O tipo secundário é o Black & Decker Din Regular, texto Branco, caixa alta.
Traduções: Para a caixa de especificações da embalagem MPP – Linha Jardim - as traduções devem ser em laranja.

4 Fundo
O fundo é basicamente o Black&Decker Laranja com um sutil formato hexagonal criado por sobretinta magenta. Um hexágono prata graduado adicional está localizado atrás da foto do produto. Os gráficos de fundo estão disponíveis em arte-final eletrônica.

5 Características e Benefícios
Use um número mínimo de chamadas de características exigidos para contar a história e ser competitivo. A régua prata graduada se estende sob a imagem e a descrição do produto.

Característica: BLACK&DECKER DIN Black, Branco (Maiúscula)
Benefício: BLACK&DECKER DIN Médio, Preto

Um detalhe essencial, tal como um ingrediente ou qualidade exclusivos, pode ser chamado com uma caixa amarela ou bandeira. Na lista características, o detalhe principal deve estar em primeiro lugar. Características existentes com logos padrões podem manter o logo desde que impressos em laranja ou preto.

6 Foto do Produto
Siga sempre as instruções para fotos nesta seção. A imagem pode sobrepor-se à moldura no logo, mas nunca deve soprepor-se ao logotipo. A imagem deve ser tão grande quanto possível, sobrepondo-se à margem direita e de fundo da embalagem.

Este produto é mostrado em uma situação para realçar a idéia de potência. A imagem da situação, grama neste exemplo, muda de acordo com o objetivo do produto.

7 Garantia
O tamanho é determinado pelo símbolo hexagonal no logo (ver Seção de Informações Essenciais). A garantia está disponível em arte-final eletrônica.

8 Opção B- Metade do espaçamento do Hexágono
Se o detalhe principal do produto não está em um lugar evidente na embalagem, ele pode ser incluído na faixa branca. Neste caso, o espaçamento entre o logo e a faixa branca é Y (o que é igual a metade do hexágono no logo).

OPÇÃO A - ESPAÇAMENTO COMPLETO DO HEXÁGONO



Em ambas as opções, Y = 50% do Hexágono

Em ambas as opções, X = ao Hexágono

OPÇÃO B – METADE DO ESPAÇAMENTO DO HEXÁGONO



Mostramos aqui alguns elementos de desenho para o nível de HPP da Linha Jardim.

1 Logo
O logo deve estar colocado em evidência no topo da embalagem - preta do topo da moldura sobrepondo-se na embalagem para aumentar o impacto. A bigorna pode sobrepor-se na margem direita da embalagem. Nunca corte mais do que a largura do Y definido aqui.

2 Linha do Produto
A linha prata se ajusta em comprimento dependendo da linha do produto. Para maiores informações, ver a Seção de Informações Essenciais.

3 Descrição do produto
A. Sempre comece com uma descrição de um produto chave em branco, tipo secundário tal como "35,6 cm" é laranja.
B. Os detalhes da descrição estão em faixa laranja com graduação. O preto padrão e seta branca estão disponíveis em arte-final eletrônica.
Corte de 14": BLACK&DECKER DIN Black, Branco
35,6 cm: BLACK&DECKER DIN Bold, Laranja
Descrição do Aparador: BLACK&DECKER DIN Bold, Preto (Maiúscula)
Tipo secundário: BLACK&DECKER DIN Regular, Branco

4 Características e Benefícios
Use um número mínimo de chamadas para característica para se contar a história e ser competitivo. A régua prata graduada se estende sob a imagem e descrição do produto.

Característica: BLACK&DECKER DIN Black, Branco (Maiúscula)
Benefício: BLACK&DECKER DIN Medium, Laranja

Um detalhe essencial, tal como um ingrediente ou qualidade exclusivos, pode ser chamado com um quadrado amarelo ou bandeira.
Na lista de características, o característica principal deve vir primeiro. Características existentes, tais como logotipo padrão, podem deixar o logo desde que impressos em laranja ou preto.

5 Fundo
O fundo é basicamente de preto com uma graduação em BLACK&DECKER Laranja. Uma forma hexagonal prata fica atrás da foto do produto. Os gráficos de fundo estão disponíveis em arte-final eletrônica.

6 Garantia
O tamanho é determinado pelo símbolo hexagonal no logo (ver a Seção de Informações Essenciais). A garantia está disponível em arte-final eletrônica.

7 Características Comparativas para Linha Jardim
A característica comparativa do desenho da categoria é um mecanismo criado para ajudar o consumidor a comparar a potência, peso, etc. para vários produtos. As características comparativas devem sempre seguir a descrição do produto. Os blocos de gráficos das características comparativas estão disponíveis em arte-final eletrônica.

Lado direito: Caixa laranja com tipos pretos e gráficos.
Lado esquerdo: caixa preta com o Black & Decker Din Bold, texto Branco, caixa alta. O tipo secundário é o Black & Decker Din Regular, Texto Branco, caixa alta.
Traduções: Para as caixas de especificações de embalagens MPP - Linha Jardim - as traduções devem ser em laranja.

8 Foto do Produto
Siga sempre as instruções para fotos nesta seção. A imagem pode sobrepor-se à moldura no logo, mas nunca deve sobrepor-se ao logotipo. A imagem deve ser tão grande quanto possível, sobrepondo-se à margem direita e fundo da embalagem.

O produto é mostrado em uma situação para realçar a idéia de potência. A imagem da situação, grama, neste exemplo, muda de acordo com o objetivo do produto. Um soprador de folhas pode usar uma imagem de folhas, e assim por diante.

9 Anúncio
Um anúncio realça uma característica exclusiva para o consumidor. O desenho para anúncios é sempre um banner amarelo curvado, com uma margem prata graduada e tipo preto. O anúncio deve estar sempre próximo a característica descrita, ou na lista de características, ou próximo à foto principal do produto. O anúncio nunca deve ser maior que 50% da altura do tipo no logo da embalagem.

10 Opção B- Metade do espaçamento do Hexágono
Se o detalhe principal do produto não está em um lugar evidente na embalagem, ele pode ser incluído na faixa branca. Neste caso, o espaçamento entre o logo e a faixa branca é Y (o que é igual a metade do hexágono no logo).



Ponto de Abertura de Preço (OPP)



Ponto de Preço Médio (MPP)



Ponto de Preço Alto (HPP)

Quando estender o desenho para todos os lados do papelão, várias considerações importantes devem ser lembradas.
O formato do produto varia, exigências de marketing mudam, informações e quantias diferem e múltiplos idiomas são sempre necessários. Portanto, o bom senso é importante para o desenho de nossa embalagem de produto. Aqui vão algumas dicas para não esquecer.

Pelo menos um painel adicional deve ser usado como Painel de Display Principal (PDP). Siga a mesma hierarquia de comunicação:
- Tratamento do logo
- Descrição do produto
- Características e Benefícios

Painel Superior
Painéis que não são considerados PDP devem também manter nossa hierarquia de comunicação sempre que possível. Por exemplo, os painéis laterais dos OPP e MPP mostrados aqui contêm o logo, descrição do produto, características e benefícios do produto, junto com outras exigências legais. A hierarquia básica para o logo primeiro, seguida pelos detalhes da descrição, é mantida.

BLACK&DECKER®

EMBALAGEM DA IDENTIDADE DA MARCA
LINHA JARDIM

Antes de liberar uma embalagem para o passe inicial, ou final, favor verificar. Se os seguintes itens foram checados.

Topo



Traseira– Alternativa Horizontal



Esquerda



Direita



Fundo



O exemplo mostrado é desenho HPP. As mismas regras se aplicam a todos pontos de preço.

Neste exemplo, o painel superior partido é considerado um painel de abertura; portanto, os avisos devem ser aplicados primeiro, com os elementos restantes em volta deles. Normalmente, painéis superiores são considerados painéis alternativos de display, o que explica o uso do logo e o a descrição do produto. Por razões de limite de espaço, a foto do produto, características e benefícios e garantia são removidos.

Painel Traseiro

Para embalagens muito verticais, o painel traseiro pode ser uma alternativa de display horizontal. Seguindo os moldes de desenho descritos nesta seção, os painéis de display horizontal devem seguir a hierarquia de comunicação recomendada. Lembre-se do tamanho e proporção do logo, a garantia e descrição do produto devem permanecer consistentes, assim como as características e benefícios, as fotos das fotos e tipografia. A posição dos cortes de moldes e os rótulos de endereçamento devem estar posicionados para que nunca interfiram com o logo.

Painel Lateral

Quando o painel traseiro for usado como um Painel de Display Alternativo, os painéis laterais se tornam painéis informacionais. As exigências legais devem ser aplicadas e acomodadas com o arranjo restante do desenho. Características e benefícios, e especificações são itens informacionais chaves e portanto têm uma alta prioridade na hierarquia de comunicação para estes painéis. Lembre-se de manter a posição indicada e o tamanho para o logo, descrição do produto e garantia. A foto do produto pode ser eliminada, se necessário, para dar mais espaço para característica e benefícios e especificações.

Painel de Fundo

Assim como o painel partido, as informações necessárias devem ser colocadas no painel de fundo primeiro, seguido pelo logo e a descrição do produto. Certifique-se de que as exigências legais sejam organizadas de uma maneira simples e ordenada, usando o BLACK&DECKER DIN.

O USOS DO LOGOTIPO BLACK & DECKER

- ☐ Grande se possível (idealmente 20% da embalagem verticalmente e 45% horizontalmente)
- ☐ O Símbolo ® visível
- ☐ Um espaço preto igual na parte superior esquerda do nome do logotipo O espaço deve ser igual a 1/2 do hexá gono no logo(x))
- ☐ O logotipo não deve ser esticado, mas dimensionado-proporcionalmente
- ☐ A sobreposição deve ser acrescentada separadamente, não estique o logotipo. Para se ajustar à sobreposição
- ☐ O logotipo deve ser de igual tamanho na frente e atrás na embalagem *(se o espaço permitir)*

O USO DA DESCRIÇÃO DO PRODUTO

- ☐ O espaço entre o logotipo e a descrição do produto deve ser igual ao hexágono no logotipo (x)
- ☐ A frase com ênfase deve estar centralizada num espaço. Entre o logotipo e a barra de descrição =75% do hexágono no logotipo
- ☐ Amp, cordless, etc. Devem estar com o mesmo tamanho de texto do texto da barra de descrição maiúsculo
- ☐ A barra de descrição é de tamanho igual ao do hexágono no logotipo (opção de logotipo sobreposto=2x)
- ☐ As linhas da barra de descrição devem ser de igual espessura a da linha do logotipo B&D
- ☐ "Seta" deve seguir as cores especificadas da categoria e deve estar localizada a dois espaços de caracteres do fim do texto
- ☐ A graduação é incorporada de volta no início do projeto após o fim da cópia mais longa (Na diagonal como a bigorna)

DESCRIÇÃO DA LINHA DO PRODUTO (Ex: Hog® family)

- ☐ A barra cinza é igual em tamanho a 75% (x) do hexágono no logotipo
- ☐ O nome do produto é inserido dentro da barra cinza
- ☐ Se o logotipo foi projetado ele encaixa na barra cinza (Preto laranja ou cinza)
- ☐ ™ e ® são mostrados onde for o caso – favor verificar com o departamento legal relativo as informações mais recentes
- ☐ A barra finaliza a uma distância igual do início da cópia. (Visualmente o logotipo é centralizado)

O USO DO NOME DO PRODUTO (Ex: Alligator™)

- ☐ O nome do produto é escrito no formato logotipo em branco (use somente em MPP/HPP) Pode haver exceções
- ☐ O nome do produto é 75%(X) & é posicionado no espaço entre o logotipo e a barra de descrição
- ☐ O processo do logotipo pode ser usado neste espaço em texto Branco
- ☐ ™ e ® são mostrados onde for o caso – favor ver com dept.legal sobre informações atualizadas

USO DO LOGO DE GARANTIA

- ☐ Chamada de garantia padrão "1 ano de garantia"
- ☐ O logo da garantia é =(x) para o hex no logo B&D
- ☐ Localizado no painel frontal
- ☐ Localizado no canto inferior direito a não ser que um situação incorrigível esteja evidente

CÓPIA E FOTOS DE CARACTERISTICAS E BENEFICIOS

- ☐ Deixe 1/4" entre as chamadas (ou em casos raros todo espaçamento deve ser ao menos =)
- ☐ Chamadas devem ser do mesmo tamanho por painel. Pode haver exceções em casos isolados
- ☐ O formato C&B nunca deve ser esticado, só puxado proporcionalmente ao arquivo da arte
- ☐ A caixa de foto não deve ser esticada, sempre dimensionada proporcionalmente
- ☐ Mantenha um equilíbrio de espaço livre na embalagem (Não estique as imagens para servir em todo o painel)
- ☐ A barra prata é mostrada abaixo da foto e da cópia (Se estende ao ponto máximo do ponto de cópia C&B por todo o painel)
- ☐ O texto deve sempre encaixar justificado à esquerda – inicia no mesmo ponto que todas as cópias abaixo
- ☐ As especificações dos painéis frontais devem vir primeiro na embalagem, seguidos das chamadas de fotos C&B
- ☐ CAPS, (maiúscula em uma linha (CARACTERISTICAS), minúscula na próxima linha (BENEFICIOS)
- ☐ BARRA DE REALCE (Não é necessário estar em todo limite da embalagem 1-MPP, 2-HPP)
- ☐ A barra amarela fica abaixo da aplicação da foto
- ☐ Marcas de ingredientes- pode mostrar o processo do logotipo numa faixa amarela (Incluir também a seta amarela de chamada)

FOTOS DE ACESSÓRIOS E CARACTERISTICAS

- ☐ Ver padrões de estilo para características
- ☐ A foto deve ser anexada para se posicionar no formato prata fornecido (O arquivo de arte está disponível)

FOTOGRAFIA

- ☐ É mostrado tão grande e forte quanto possível (Ver padrões de estilo de foto)
- ☐ Onde possível violar nos dois lados (o fundo e lado direito no mínimo 1/4" de painel)
- ☐ A imagem de situação deve ser acrescentada ao fundo da embalagem (Grama, folhas,arbusto)

CAT

- ☐ Localizado no fundo direito embaixo do logotipo da garantia (A não ser que uma situação única existir)
- ☐ O número "Cat #' pode estar em uma caixa devido a questões de visibilidade com os motivos de fundo

BANDEIROLA DE VIOLAÇÃO

- ☐ Use garantia licenciada - 2 e não a garantia do logo B&D







Merchandising é similar às aplicações, no que se refere às exigências específicas. Para cada situação de varejo, devem ser levadas em consideração quando desenhar e aplicar a identidade BLACK&DECKER.

Certifique-se de que o uso da assinatura segue estas instruções.

Certos elementos do desenho podem ser estabelecidos pelo varejista. Sempre que possível, mantenha-os próximos do visual da marca utilizando:

- Linha final e Logo B&D
- Cores B&D
- Tipografia B&D
- Estilo de Foto B&D









A assinatura deve ser consistente com todas as outras aplicações no que diz respeito a seu tamanho, espaço claro e cor. O padrão do logo pode ser achado na seção do logo deste arquivo. O logo deve incluir slogan na linha final. A linha final pode ser mostrada em laranja, preto ou branco, dependendo da cor de fundo.



Linhas finais Laranja & Preto



Linhas finais Branco

Sempre que possível, o logo deve estar posicionado em um espaço claro e desobstruído.

Home Page



Aplicações finais online são pontos importantes para o consumidor, que devem ser bem projetadas, manter um tom gráfico geral e sentir que foram desenvolvidas para a BLACK&DECKER.

Exemplos são mostrados aqui do uso apropriado da assinatura e elementos gráficos na home page e dentro da página da Web.

Estes exemplos das páginas da Web demonstram o uso apropriado da marca, e não os desenhos reais.

Exemplos de Impressão







O desenho da aplicação da impressão varia significativamente, dependendo do cliente alvo e da mensagem específica de marketing que se deseja alcançar. Portanto, existem poucos padrões gráficos em torno desta premissa.

A assinatura deve ser consistente com todas as outras aplicações no que diz respeito a seu tamanho, espaço claro e cor. Conforme demonstrado aqui, ela pode aparecer no topo da página ou como um sinal na parte de baixo da peça.

A tipografia deve ser feita tomando como partido os tipos da família BLACK&DECKER DIN e deve, geralmente, ser posicionada à esquerda, alinhada com a ponta esquerda da moldura na assinatura.

Os seguintes elementos devem ser usados quando projetarem as propagandas impressas da BLACK&DECKER:

- Logo B&D com linha final
- Tipografia B&D Din
- Estilo de foto B&D



A assinatura deve ser consistente com todas as outras aplicações no que diz respeito a seu tamanho, espaço claro e cor. O padrão do logo pode ser achado na Seção do Logo deste arquivo. O logo deverá incluir a linha final das (slogan). A linha final deverá ser mostrada com todos os brindes aparecendo externamente. Os exemplos incluem camisetas, canecas, bonés e mochilas.

Sempre que possível, o logo deve ser posicionado em um espaço claro e desobstruído. Impressão total da cor e costura (stitching) é preferível. Em casos onde o logo for de metal ou vidro, gravação ou estampa são permitidos se a impressão a cores ainda não foi feita. Siga sempre os padrões do logo na página da Seção do Logo deste arquivo.

Neste caso, a papelaria deverá permanecer sem mudanças. Este será o único veículo onde o uso do logo da BLACK&DECKER e dos ícones do web site permanecerá sem mudanças. Mudanças oficiais neste sistema serão comunicadas em data próxima.

Black & Decker
701 East Joppa Road
Towson, Maryland 21286

Telephone: (123) 456-7890
Fax: (123) 456-7890
www.blackanddecker.com

BLACK&DECKER®

BLACK& DECKER®

Employee Name
Employee Title

Address Line 1
Address Line 2
t 123.456.7890
f 123.456.7890
employee@bdk.com

www.blackanddecker.com

Black & Decker
701 East Joppa Road
Towson, Maryland 21286

BLACK&DECKER®

Tela Splash Screen



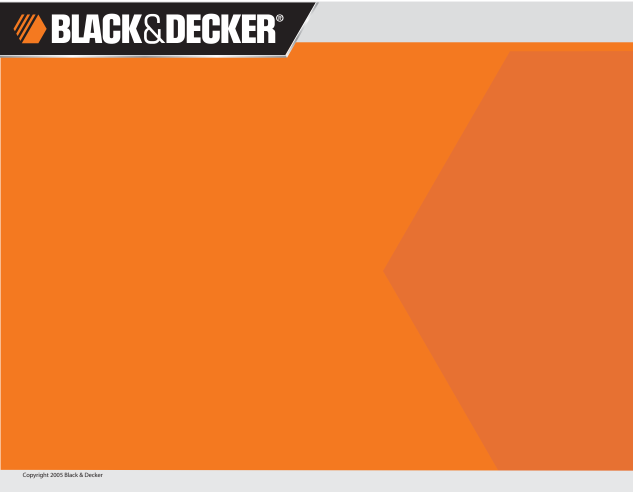
OU



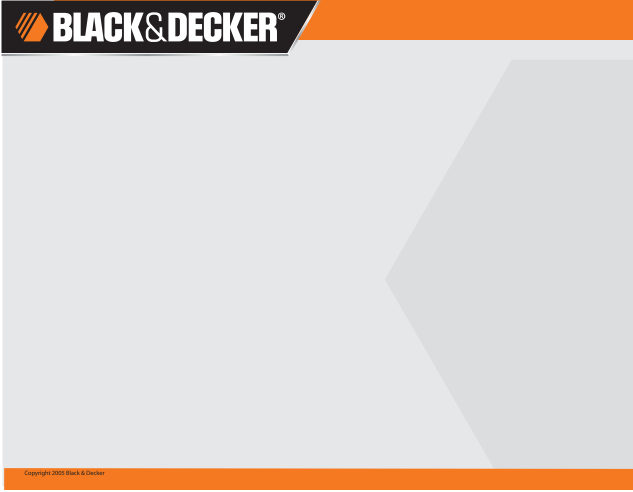
Apresentações bem planejadas são importantes para a construção consistente e demonstração de profissionalismo em todas as formas de comunicação.

Aqui são mostrados exemplos do uso apropriado da assinatura corporativa, paleta de cor, tipografia e elementos gráficos no título e slides interiores. Preste atenção ao assegurar que todos os padrões do uso da assinatura sejam respeitados quando planejar apresentações.

Página do Título



Página Interior



Valores que todos os consumidores B&D procuram

Um produto que forneça:
- qualidade, confiabilidade e durabilidade
- preço bom
- características inovadoras
- segurança
- fácil de usar

Uma empresa que:
- dá garantia dos produtos
- é confiável e estabelecida
- inova e procura fazer produtos melhores

Uma sensação de:
- confiança em obter grandes resultados
- segurança de que fizeram a escolha certa

+

Finalidade principal nos valores de compra

Um produto que forneça:
- **força e desempenho**
- desenho que enfatiza a potência e o desempenho
- características que facilitam o trabalho e economizam tempo
- grandes resultados

Uma sensação de:
- confiança na capacidade deles realizarem seu trabalho

=

CONSUMIDOR ALVO



- **Inovação**
- **Desempenho**
- **Potencia**

*Não aplicável para Latinoamérica

O

Valores de compras essenciais dos produtos HOME

Um produto que ofereça:
- **conveniência que torna a vida mais fácil**
- desenho de produto que tenha estilo e vai bem com a decoração
- inovação

Uma sensação de:
- consistência, sem surpresas

=

CONSUMIDOR ALVO DA LINHA HOME



- **Inovação**
- **Conveniencia**
- **Potencia**

Os consumidores alvo escolhem a marca BLACK&DECKER porque estão procurando uma empresa inovadora e confiável que garanta seus produtos. Ao comprar um produto BLACK&DECKER, o consumidor tem a certeza de estar fazendo a escolha certa e tem a confiança de que conseguirá grandes resultados quando usá-los.

Além destes valores comuns de compra listados à esquerda, os consumidores alvo têm diferentes razões para a compra destes, o que ajuda a segmentar e definir cada categoria.

Preferência



Horizontal Alternativo



Vertical Alternativo



Topografia da submarca



Deve estar confinada à área definida aqui.

Criando a submarca

Com a permissão da Comunicação de Marcas, uma nova submarca pode ser criada mantendo o relacionamento básico entre o logotipo BLACK&DECKER e a tipografia da submarca mostrado aqui. Sempre use a cor laranja da BLACK&DECKER. Desenhe o tipo para servir bem a categoria.

Submarca residencial BLACK&DECKER

A submarca residencial foi desenvolvida para divulgar produtos cujo alvo é a casa. O desenho do logo para a submarca é baseado na assinatura corporativa da BLACK&DECKER, agregando o desenho da tipografia com o consumidor em mente.

- **Conveniencia**
- **Inovação**
- **Confiança**

O elenco de cores corporativas é mantido, e o posicionamento da marca principal é colocado com uma ênfase clara, devido à relação do tamanho entre o logotipo BLACK&DECKER e a tipografia da submarca caseira.

O mesmo tamanho mínimo, padrões de controle de espaço livre e de fundo se aplicam à submarca caseira (home)

O logo da submarca HOME foi especialmente criado como arte-final eletrônica, e nunca deve ser recriado ou "retiprogafado". Sempre use a arte-final eletrônica fornecida.



O desenho para a HOME BLACK&DECKER difere dos produtos da marca principal por causa de fatores de motivação de compras que despertam o interesse do consumidor alvo. A hierarquia da comunicação, como descrita na Seção de Instrução da Submarca, permanece a mesma, com o logo da submarca mantendo a primeira posição, seguido da foto do produto, descrição e características.

O fundo tem parte importante no HOME porque ele adiciona um elemento de estilo de vida que não está presente na embalagem da marca principal. Quando produzir as cores, elas devem estar visualmente combinando com as tolerâncias/padrões dos controles de cor fornecidos nestas páginas. Em nenhuma hipótese deve o PMS 172C ser impresso em seu equivalente CMYK.

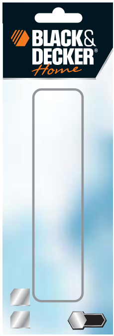
Corte de Molde para categoria HOME





Corte de Molde





Seguindo a hierarquia de comunicação, embalagens de qualquer formato ou tamanho podem ser criadas. Este esquema mostra os elementos essenciais de comunicação em uma embalagem quadrada, horizontal e vertical acentuada em cada ponto de preço.

Certos detalhes serão específicos para produtos individuais; lembre-se de ter certeza que a hieraquia seja mantida. As exigências específicas para estilo de fotografia, tipografia, cor e aplicação de gráficos definidos neste guia devem ser seguidos.

Corte de Molde
Corte de Molde pode ser um detalhe importante usado para mostrar ao consumidor uma parte do produto, ou para realçar uma característica específica. O planejamento do corte de molde para que ele funcione bem com a hierarquia de comunicação é muito importante para o sucesso do desenho da embalagem.

Assegure-se de que o corte de molde não interfira com a assinatura Black&Decker. Se necessário, use a assinatura vertical, mesmo que a embalagem tenha uma orientação horizontal.

Exemplo de Fotografia Correta de Produto

Fotografia de Produto



Fotografia principal

Fotografia de produto com alta qualidade é essencial para um desenho de embalagem de impacto. Os produtos da Black&Decker devem sempre passar um ideia de desenho de produto inovador, e de fácil uso, potente, feito para desempenho, e completo com características especiais. O produto deve ser mostrado do ângulo mais apropriado para se mostrar os detal-hes chaves do produto. Por exemplo, um ferro pode ser visto de um ponto leve-mente abaixo do horizonte para se mostrar o seu fundo. Uma cafeteira pode ser vista de um ponto logo acima do hori-zonte para se revelar a parte superior do produto.

Foco: O foco deve ser claro.

Iluminação: O produto deve estar bem iluminado para se ver os detalhes. Evite sombras dramáticas.

Fundo: O produto é sempre mostrado em cor e com perfil contra um fundo com uma sugestão de estilo de vida.

Retoque: O produto deve ser retocado para se remover defeitos, e assegurar que os realces estejam posicionados corretamente.

Realce: Para se dar mais ênfase na potencia e desempenho, a principal imagem do produto deve ser realçada para se dar ao produto uma sensação de imagem maior que a real. A imagem, onde possível, deve violar as bordas dos paineis da embalagem(fundo e canto direito e onde possível a bigorna do logo) no máxi-mo de 1/4". Em alguns casos, o realce-ou corte-eventualmente tomar a identidade ou detalhes do produto, o que no caso, deve-se minimizar ou eliminar o realce. O produto pode tambem estar situado em um ãngulo em que ele viola todos os lados; neste caso o produto deve aparecer o maior possível.

Fotografia de Fundo



Fotografia de Fundo

A imagem de fundo da embalagem HOME mostra uma situação onde o produto pode ser usado. Siga estas instruções no planejamento de foto de fundo.

Foco: O foco deve ser claro.

Cor: A cor é sempre azul, feita de tom duplo de cyan e PANTONE 315, e depois convertido para produção CMYK. Um arquivo de amostra das curvas de duotone é fornecido como arte-final eletrônica.

Fundo: O fundo deve ser visto do mesmo ângulo assim como a foto do produto principal. Idealmente, o fundo e a imagem do produto parecem que são parte da mesma foto, com o produto em cores e o fundo azul.

"Props": O adereço deve ser simples, utilizando um item único sempre que possível. Pessoas nunca devem estar nas imagens de fundo.

Iluminação: A área da fotografia sob a descrição do produto deve ser sempre branca, enfraquecendo para o azul em volta da imagem do produto. Do mesmo modo, por trás dos detalhes da descrição, mantenha o fundo claro e fora de foco para não bloquear a tipografia dos detalhes.

Exemplo de Fotografia de Características







Fotografia de Característica

Fotografia das características é tambem muito importante para uma comunicação com os consumidores. A imagem deve dizer com clareza a história da chamada da característica desejada. Estas regras básicas manterão os detalhes simples e fáceis de entender.

Foco: O foco deve estar claro. O produto deve ser fotografado em close, (de perto) em ângulo correto para se mostrar seu uso.

Props: Mãos, roupas ou outros adereços necessários para contar a história devem ser simples e sutis. O produto é o herói.

Iluminação: O produto deve estar bem iluminado para mostrar cada detalhe . Evite sombras dramáticas.

Fundo: O produto é sempre jogado contra um fundo prata simulado.

Realce: O produto deve ser retocado para remover manchas e assegurar que os realces estão colocados corretamente. Use um mínimo de imagens possíveis de detalhes para contar a história.

Janelas de detalhes com graduações prata simuladas são fornecidas em arte-final eletrônica, para garantir consistência na criação de imagem de características. Sempre use a arte-final fornecida.

Mostramos aqui alguns erros comuns que devem ser evitados quando planejar as fotos.



NÃO use um fundo enfocado e ativo.



NÃO use uma imagem muito obscura.



NÃO use um fundo todo colorido.



NÃO troque as cores duotone.



NÃO use a imagem do produto duotone.



NÃO use imagens com fundo despro-porcionalmente grande.



1 Logo

O logo deve estar colocado em evidência sobre a parte superior da embalagem. O preto da parte superior da moldura sobrepõe-se na embalagem para aumentar o impacto do logo.

2 Linha de Produto

A barra prata se ajusta em comprimento dependendo da linha do produto.

3 Descrição do Produto

A descrição do produto é sempre Laranja BLACK&DECKER sobre um fundo branco. Línguas adicionais ou descrições secundárias aparecem sob o título principal na cor cinza.

Descrição do Produto: BLACK&DECKER DIN Bold, Laranja

Descrição secundária: BLACK&DECKER DIN Medium, 50% Preto

Mostramos aqui elementos chaves da categoria Home.

4 Características e Benefícios

Use um número mínimo de chamadas de características para contar a história. A régua prata graduada se estende sob a imagem e a descrição das características.

Características: BLACK&DECKER DIN Black,

Benefícios: BLACK&DECKER DIN Medium, Preto

Uma característica essencial, tal como qualidade ou ingrediente, pode ser citado em uma caixa amarela ou bandeirola. Na lista de características, a característica principal deve vir primeiro. Características existentes com logo padrão podem manter o logo desde que impressos em laranja ou preto.

5 Fundo

A imagem de fundo é sempre um comple-mento para a foto principal do produto.

6 Fotografia do Produto

Siga sempre as instruções para fotos nesta seção da pasta. A imagem deve sobrepor-se à moldura, mas nunca deve sobrepor-se ao logotipo. A imagem deve ser sempre a maior possível, sobrepondo-se pelo menos a uma margem da embalagem.

7 Garantia

O tamanho é determinado pelo símbolo hexagonal no logo (ver Seção de Informações Essenciais). A garantia está disponível em arte-final eletrônica.

** Varia de acordo com as exigências de mercado*





Quando estender o desenho para todos os lados do papelão, várias considerações importantes devem ser lembradas.
O formato do produto varia, exigências de marketing mudam, informações e quantias diferem, enquanto muitas línguas são necessárias. Portanto, o bom senso é crítico para o desenho de nossa embalagem de produto. Aqui vão algumas dicas para não esquecer.

Se um painel adicional pode ser usado como Painel de Display, então siga a mesma hierarquia de comunicação. Se necessário, características e benefícios podem ser eliminados de Painéis de Displays alternativos como mostramos no painel superior aqui.

Painéis que não são considerados Painéis de Display devem também manter a hierarquia de comunicação da BLACK&DECKER sempre que possível. Por exemplo, os painéis laterais mostrados aqui contêm o logo, descrição do produto, características e benefícios do produto e exigências legais. A hierarquia básica do logotipo primeiro, seguida pela descrição e características, é mantida.

Superior



Traseiro



Esquerdo



Direito



Painel Superior
Trate o painel superior como um Painel de Display sempre que possível e aplique os gráficos usando um molde de desenho fornecido para a Home.

Painel Traseiro
O painel traseiro pode ser utilizado como um Painel de Display adicional. Siga o mesmo modelo de desenho e hierarquia de comunicação usada para os Painéis de Display principais.

Painéis Laterais
Quando o painel traseiro for usado como Painel de Display alternativo, os painéis laterais se tornam painéis informacionais. As exigências legais devem ser aplicadas com o resto do desenho harmonizando com elas. Características e benefícios e especificações são itens de informações chaves e, portanto, têm uma prioridade alta na hierarquia de comunicação para estes painéis. Mantenha a posição e tamanho determinados para o logo, descrição do produto e garantia. A foto pode ser eliminada se necessário, para permitir mais espaço para as características e benefícios e especificações.

FUNDO DE COR
BLACK & DECKER HOME

(faixas cyan e magenta)

Importante:

Estas instruções devem ser seguidas em todos os produtos BLACK&DECKER HOME e quando da preparação do fundo e imagens fotográficas de produtos para impressão em embalagens.

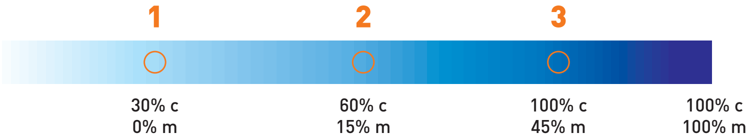
As imagens de fundo serão sempre com um foco suave, a cor do arquivo deve ser convertida em uma combinação de cyan e magenta. Portanto, ela não deve conter cores Pantone (PMS). Esta foto é apenas uma imagem de apoio para a foto do produto real, que deve ser sempre clara e mostrar muitos detalhes.

A foto anexa à direita mostra a faixa de valores de cores aceitáveis de: 1=Realces, para 2=meios-tons, para 3=sombras. Por favor, use os blocos de cores fornecidos para referência visual dos valores de alcance de cores e assegure que todas as de fundo sejam impressas deste modo.

Guarde esta arte-final em sua pasta original, em um lugar fresco, escuro e seco.







** PANTONE é uma marca registrada da Pantone, Inc.*
BLACK&DECKER é uma marca registrada da BLACK&DECKER Corporation.
Este padrão de cor foi impresso em offset em 100 lb. Sterling Ultra Gloss (98% Opacidade, 90% Brilho) usando tintas a base óleo em offset .

VEA LA MUESTRA IMPRESA EN LA CARA DELANTERA.

Se você tiver perguntas ou quiser mais informações referentes ao uso da identidade e marca BLACK&DECKER, assim como instruções, entre em contato com: Brand Communications at BDKbrand@bdk.com.

Diretório de Arquivos (File Directory)

Logos

Linha de Produto de Consumidor

Preferência

Horizontal, 2-Color	**BD_HOR_2C.eps**
Horizontal, CMYK	**BD_HOR_CMYK.eps**
Horizontal, RGB	**BD_HOR_RGB.eps**
Horizontal, 1-Color Grayscale	**BD_HOR_1C_GS.eps**
Horizontal, 1-Color Black	**BD_HOR_1C_K.eps**
Vertical, 2-Color	**BD_VER_2C.eps**
Vertical, CMYK	**BD_VER_CMYK.eps**
Vertical, RGB	**BD_VER_RGB.eps**
Vertical, 1-Color Grayscale	**BD_VER_1C_GS.eps**
Vertical, 1-Color Black	**BD_VER_1C_K.eps**

Uso Pequeno

Horizontal, 2-Color	**BD_SM_HOR_2C.eps**
Horizontal, CMYK	**BD_SM_HOR_CMYK.eps**
Horizontal, RGB	**BD_SM_HOR_RGB.eps**
Horizontal, 1-Color Grayscale	**BD_SM_HOR_1C_GS.eps**
Horizontal, 1-Color Black	**BD_SM_HOR_1C_K.eps**
Vertical, 2-Color	**BD_SM_VER_2C.eps**
Vertical, CMYK	**BD_SM_VER_CMYK.eps**
Vertical, RGB	**BD_SM_VER_RGB.eps**
Vertical, 1-Color Grayscale	**BD_SM_VER_1C_GS.eps**
Vertical, 1-Color Black	**BD_SM_VER_1C_K.eps**

Linha final

Tagline, 2-Color	**BD_TAG_2C.eps**
Tagline, CMYK	**BD_TAG_CMYK.eps**
Tagline, RGB	**BD_TAG_RGB.eps**
Tagline, 1-Color Grayscale	**BD_TAG_1C_GS.eps**
Tagline, 1-Color Black	**BD_TAG_1C_K.eps**

Assinatura Alternativa

Horizontal, 2-Color	**BD_ALT_HOR_2C.eps**
Horizontal, CMYK	**BD_ALT_HOR_CMYK.eps**
Horizontal, RGB	**BD_ALT_HOR_RGB.eps**
Horizontal, 1-Color Grayscale	**BD_ALT_HOR_1C_GS.eps**
Horizontal, 1-Color White	**BD_ALT_HOR_1C_K.eps**
Vertical, 2-Color	**BD_ALT_VER_2C.eps**
Vertical, CMYK	**BD_ALT_VER_CMYK.eps**
Vertical, RGB	**BD_ALT_VER_RGB.eps**
Vertical, 1-Color Grayscale	**BD_ALT_VER_1C_GS.eps**
Vertical, 1-Color White	**BD_ALT_VER_1C_K.eps**
Tagline, 2-Color	**BD_TAG_ALT_2C.eps**
Tagline, CMYK	**BD_TAG_ALT_CMYK.eps**
Tagline, RGB	**BD_TAG_ALT_RGB.eps**
Tagline, 1-Color Grayscale	**BD_TAG_ALT_1C_GS.eps**
Tagline, 1-Color White	**BD_TAG_ALT_1C_K.eps**

Logos

Assinatura Home

Preferencial

Horizontal, 2-Color	**BD_HOME_HOR_2C.eps**
Horizontal, CMYK	**BD_HOME_HOR_CMYK.eps**
Horizontal, RGB	**BD_HOME_HOR_RGB.eps**
Horizontal, 1-Color Grayscale	**BD_HOME_HOR_1C_GS.eps**
Horizontal, 1-Color Black	**BD_HOME_HOR_1C_K.eps**
Vertical, 2-Color	**BD_HOME_VER_2C.eps**
Vertical, CMYK	**BD_HOME_VER_CMYK.eps**
Vertical, RGB	**BD_HOME_VER_RGB.eps**
Vertical, 1-Color Grayscale	**BD_HOME_VER_1C_GS.eps**
Vertical, 1-Color Black	**BD_HOME_VER_1C_K.eps**

Uso Pequeno

Horizontal, 2-Color	**BD_SM_HOME_HOR_2C.eps**
Horizontal, CMYK	**BD_SM_HOME_HOR_CMYK.eps**
Horizontal, RGB	**BD_SM_HOME_HOR_RGB.eps**
Horizontal, 1-Color Grayscale	**BD_SM_HOME_HOR_1C_GS.eps**
Horizontal, 1-Color Black	**BD_SM_HOME_HOR_1C_K.eps**
Vertical, 2-Color	**BD_SM_HOME_VER_2C.eps**
Vertical, CMYK	**BD_SM_HOME_VER_CMYK.eps**
Vertical, RGB	**BD_SM_HOME_VER_RGB.eps**
Vertical, 1-Color Grayscale	**BD_SM_HOME_VER_1C_GS.eps**
Vertical, 1-Color Black	**BD_SM_HOME_VER_1C_K.eps**

Garantia

1-Ano

2-Color	**BD_WRNTY_1YR_2C.eps**
1-Color Black	**BD_WRNTY_1YR_1C_K.eps**

2-Anos

2-Color	**BD_WRNTY_2YR_2C.eps**
1-Color Black	**BD_WRNTY_2YR_1C_K.eps**

Modelos de Embalagens

Ferramentas Elétricas

OPP

Horizontal	**OPP_PT_HOR.ai**
Vertical	**OPP_PT_VER.ai**

MPP

Horizontal	**MPP_PT_HOR.ai**
Vertical	**MPP_PT_VER.ai**

HPP

Horizontal	**HPP_PT_HOR.ai**
Vertical	**HPP_PT_VER.ai**

Outdoor

OPP

Horizontal	**OPP_ODR_HOR.ai**
Vertical	**OPP_ODR_VER.ai**

MPP

Horizontal	**MPP_ODR_HOR.ai**
Vertical	**MPP_ODR_VER.ai**

HPP

Horizontal	**HPP_ODR_HOR.ai**
Vertical	**HPP_ODR_VER.ai**

Vacs

OPP

Horizontal	**OPP_VAC.ai**

MPP

Horizontal	**MPP_VAC.ai**

HPP

Horizontal	**HPP_VAC.ai**

Home

Horizontal	**Home_HOR.ai**
Vertical	**Home_VER.ai**
Photoshop Duotone Curves	**Home.ado**

Modelo de Avisos
Claims Template — **Claims_Template.ai**

Fontes

Black & Decker DIN Light
Black & Decker DIN Light Italic
Black & Decker DIN Regular
Black & Decker DIN Regular Italic
Black & Decker DIN Medium
Black & Decker DIN Bold
Black & Decker DIN Black